



Universidad Nacional de Córdoba  
Repositorio Digital Universitario  
**Biblioteca Oscar Garat**  
**Facultad De Ciencias De La Comunicación**

**EL CINE TEATRO MUNICIPAL DE UNQUILLO ANTE LOS NUEVOS MODOS DE  
CONSUMO AUDIOVISUAL Y LA PANDEMIA DE COVID-19:**

**Una exploración de las valoraciones y sentidos de quienes hacen el cine.**

Clara Fuhrmann

**Cita sugerida del Trabajo Final:**

Fuhrmann, Clara. (2021). "El Cine Teatro Municipal de Unquillo ante los nuevos modos de consumo audiovisual y la pandemia de COVID-19: una exploración de las valoraciones y sentidos de quienes hacen el cine". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita).

Disponible en Repositorio Digital Universitario

***Licencia:***

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





**EL CINE TEATRO MUNICIPAL DE UNQUILLO  
ANTE LOS NUEVOS MODOS DE CONSUMO  
AUDIOVISUAL Y LA PANDEMIA DE COVID-19:  
una exploración de las valoraciones  
y sentidos de quienes hacen el cine**





Universidad  
Nacional  
de Córdoba



**FCC**  
Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Trabajo Final de Grado  
Licenciatura en Comunicación Social

# **EL CINE TEATRO MUNICIPAL DE UNQUILLO ANTE LOS NUEVOS MODOS DE CONSUMO AUDIOVISUAL Y LA PANDEMIA DE COVID-19: una exploración de las valoraciones y sentidos de quienes hacen el cine**

Autora:

**Clara Fuhrmann**

Directora:

**Luciana Echevarría**

2021



## **AGRADECIMIENTOS**

Un inmenso agradecimiento a mi familia, especialmente a Diana y Eduardo, por su amor y apoyo incondicional.

A mis amigos, que conocen sobre la demandante tarea de realizar una tesis y ofrecen siempre palabras de aliento.

Agradezco profundamente haber habitado la Universidad pública, promotora de educación gratuita y de calidad. Gracias, en especial, a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por haber sido la sede de momentos hermosos y transformadores en mi vida y por haberme acercado a docentes y compañeros que se han convertido en fuente de inspiración. Miro hacia atrás y celebro lo aprendido.

A Luciana Echevarría, por aceptarme realizar este trabajo final bajo su dirección. Su tiempo, su confianza, su acompañamiento y guía, su escucha siempre atenta, paciente y amable, su estímulo y su disposición para compartir conocimiento han sido aportes invaluable.

Quisiera agradecer también a los entrevistados de este trabajo, por su predisposición, interés y ayuda. Particularmente a quienes me dieron más de lo esperado, acercándome contactos e información valiosa.

A la familia Ramé, fundadora del cine de Unquillo; a quienes lucharon para recuperarlo y a quienes trabajan para que siga en pie en un mundo que no hace más que llenarlo de obstáculos.

A Sebastián, por su sostén en este proceso.

## **ABSTRACT**

El objeto de la investigación es el rol sociocultural de los cines municipales atravesado por dos ejes: los nuevos modos de consumo audiovisual y la modificación de prácticas sociales a raíz de la pandemia de COVID-19. El núcleo del estudio está constituido por el análisis cualitativo de nueve entrevistas en donde se entrecruzan variables teóricas con discursos particulares, con el fin de acceder al universo de significación de los actores involucrados y comprender cuáles son las valoraciones y los sentidos de quienes hacen el Cine Teatro Municipal de Unquillo.

El análisis de las entrevistas está precedido por una perspectiva histórica sobre el consumo audiovisual a nivel global y sobre el desarrollo de los espacios de exhibición a escala nacional. Además, se aborda el consumo audiovisual de la cultura digital enfatizando en la individualización y la modificación del espacio público como factores que transforman las maneras que tienen los sujetos de estar juntos y separados.

Al entender los consumos culturales como fundamentales en la construcción de subjetividad, identidad y ciudadanía, se ponderan principalmente tres aspectos de la propuesta llevada a cabo por la sala de cine estudiada. Por un lado, la finalidad de garantizar la accesibilidad. Por otro, la fuerza reterritorializante que ejerce frente a las lógicas de la globalización que tienden a desvincular la práctica cultural de su territorio natural. Y, finalmente, la reivindicación del consumo colectivo como parte inherente del cine como práctica social.

La investigación en su conjunto está puesta bajo la lupa de la pandemia: su impacto en los espacios culturales y la incertidumbre sobre el futuro de los mismos.

*Palabras clave:* sala de cine, consumo audiovisual, cultura digital, práctica cultural, espacio público, pandemia de COVID-19, Unquillo

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
JUSTIFICACIÓN	11
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN, ALCANCE Y ANTECEDENTES	13
OBJETIVOS	16
ESTRUCTURA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	17
<b>CAPÍTULO 1 - MARCO TEÓRICO</b>	<b>19</b>
1.1 INTRODUCCIÓN	20
1.2 NUEVOS MODOS DE CONSUMO AUDIOVISUAL	20
1.2.1 Breve recorrido histórico	20
1.2.2 Individualización	25
1.2.3 Espacio público	27
1.2.4 Consumo solitario, breve y errático	29
1.2.5 Digitalización y portabilidad al servicio del usuario	30
1.3 SALAS DE CINE COMO CONSUMO CULTURAL	33
1.3.1 Cultura y construcción de subjetividad, identidad y ciudadanía	33
1.3.2 Acceso al cine: exclusión y democratización	36
1.3.3 Salas de cine: historia a nivel nacional y local	39
<b>CAPÍTULO 2 - MARCO REFERENCIAL</b>	<b>41</b>
2.1 UNQUILLO Y EL CINE TEATRO MUNICIPAL	42
2.1.1 Pueblo de artistas	44
2.2 LA CULTURA FRENTE A LA PANDEMIA	46
<b>CAPÍTULO 3 - MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>49</b>
3.1 ENFOQUE Y ALCANCE	50
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	50
3.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	54
3.3.1 Instrumento	54
3.3.2 Procedimientos	54
3.3.3 Definición de variables	55
3.4 GUÍA DE ENTREVISTAS	56
3.5 MÉTODO DE ANÁLISIS	62

## **CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS DE DATOS** **63**

4.1 INTRODUCCIÓN	64
4.2 OBJETIVOS Y VALORES: lo social en el centro	65
4.2.1 Nosotros-ellos y la gestión estatal	66
4.3 ACCESIBILIDAD: “la gente busca cada vez gastar menos”	69
4.3.1 Ubicación	70
4.3.2 Precio de entrada	70
4.3.3 Programación	72
4.4 FORMACIÓN DE ESPECTADORES: “primero lo llevás de la mano, ve lo que le ofrecés y después le das opciones para que vaya eligiendo”	76
4.4.1 Encuentro entre realizadores y público	78
4.5 FORMACIÓN DE IDENTIDAD Y CIUDADANÍA: la necesidad de potenciar la fuerza reterritorializante	79
4.5.1 Identidad nacional	80
4.5.2 Identidad local	81
4.5.3 Ciudadanía	85
4.6 COMUNICACIÓN, CONVOCATORIA Y FIDELIZACIÓN: “venir para encontrarse”	87
4.6.1 Comunicación y convocatoria	88
4.6.2 Fidelización	93
4.7 RUPTURA ESPACIAL Y EXPERIENCIA COLECTIVA: una manifestación pública en la que “se detiene el tiempo”	94
4.7.1 Lo extraordinario	95
4.7.2 Lo colectivo, la copresencia y la proximidad	96
4.8 CONVIVENCIA O COMPETENCIA: la experiencia colectiva y situada como antídoto en la cultura digital	97
4.9 IMPACTOS DE LA PANDEMIA: “la gente se va a apoderar de esa vuelta a los lugares donde se sintió identificada, querida, protegida, entretenida”	98
4.9.1 Expectativas	100
4.9.2 Estrategias de supervivencia y retorno	100

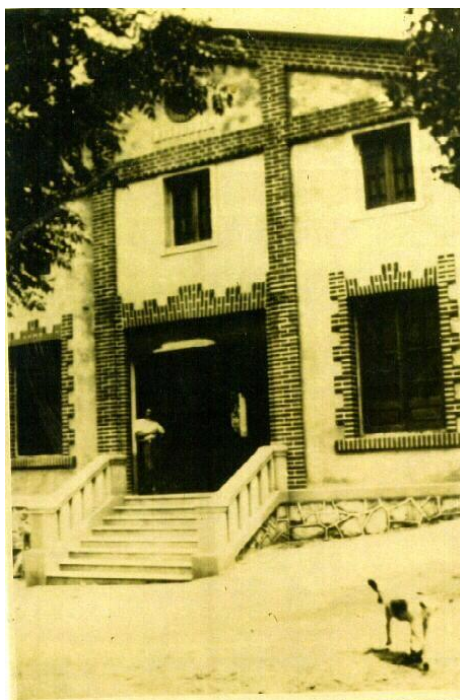
## **CAPÍTULO 5 - CONCLUSIONES** **102**

5.1 INTRODUCCIÓN	103
5.2 EL ROL SOCIOCULTURAL DE UN CINE-TEATRO MUNICIPAL: democratizar el acceso, contribuir al desarrollo de artistas locales y reivindicar la práctica colectiva en el espacio público	104
5.3 NUEVAS FORMAS DE ESTAR JUNTOS Y SEPARADOS: los vínculos con las pantallas y fuera de ellas	108



5.4 IMPACTOS E INTERROGANTES QUE DEJA LA PANDEMIA: un futuro incierto, una estrategia tradicional _____	111
5.5 CONSIDERACIONES FINALES _____	113
<b><u>CAPÍTULO 6 – EPÍLOGO</u></b>	<b>116</b>
6.1 <i>POST SCRIPTUM</i> SOBRE LA REAPERTURA DEL CTMU _____	118
<b><u>CAPÍTULO 7 – BIBLIOGRAFÍA</u></b>	<b>121</b>
7.1 WEBGRAFÍA _____	126
7.2 OTRAS FUENTES _____	128
7.3 NORMATIVA REFERENCIAL _____	128
7.4 IMÁGENES _____	129
<b><u>CAPÍTULO 8 - ANEXOS</u></b>	<b>130</b>

Figura 1



Nota. Antigua fachada del Cine Teatro Municipal de Unquillo.  
 Autor desconocido. Fecha desconocida. Recuperada de  
<https://www.facebook.com/www.UnquilloRetro.com.ar/>

# **INTRODUCCIÓN**

## INTRODUCCIÓN

*“Pero existe otro modo de ir al cine [...]; es ir al cine dejándose fascinar dos veces, por la imagen y por el entorno de ésta, como si se tuvieran dos cuerpos a la vez: un cuerpo narcisista que mira ... y un cuerpo perverso, dispuesto a fetichizar ya no la imagen, sino precisamente lo que se sale de ella: el «grano» del sonido, la sala, la oscuridad, la masa oscura de los otros cuerpos, los rayos de luz, la entrada, la salida”.*

— Roland Barthes (1986, p. 354)

Frente a la pregunta sobre qué es el cine, la respuesta difícilmente sea una sola. El cine puede ser pensado como arte, como industria de entretenimiento o como espectáculo. Hay quienes lo consideran espejo de la sociedad y quienes creen que configura y reinterpreta la realidad. Para algunos es fundamentalmente un medio de comunicación, memoria y documento, y también se lo concibe como una herramienta política, un instrumento educativo, un espacio para la propaganda y los discursos alternativos. Lo cierto es que el cine es todo eso, y, además de ser contenido, es espacio público y práctica social. El presente trabajo se enfoca en estos dos últimos sentidos, entendiendo que su importancia radica en la formación de identidades y en la construcción de subjetividades individuales y colectivas.

Aunque el cine ha vivido siempre en constante transformación, la mutación que sufre hoy en día probablemente sea la más grande que haya conocido a lo largo de su historia, ya que afecta, casi de raíz, a la producción, la distribución, la exhibición y principalmente al consumo.

Desde sus comienzos a finales del siglo XIX y hasta mediados del siglo XX, las salas de cine monopolizaron la exhibición audiovisual. A partir de entonces, con la TV, el VHS, el DVD, la computadora e Internet, se fueron multiplicando las posibilidades de consumo hogareño y, con la aparición de la *notebook*, el *smartphone* y la *tablet*, surgió el consumo en movilidad. Todo eso, sumado a la multiplicación de plataformas de *streaming*<sup>1</sup> audiovisual, hizo que la práctica cinematográfica se viera profundamente modificada. La aparición de la

---

<sup>1</sup> En español “Emisión en directo” es una técnica que permite reproducir series, canciones, conferencias, etc., en un navegador u otro programa similar sin necesidad de descargarlas previamente, ya se trate de acontecimientos que suceden en ese momento (o con un desfase mínimo) o de material pregrabado (“Emisión en continuo”). Más información en <https://www.fundeu.es/recomendacion/en-directo-y-en-continuo-alternativas-a-streaming/>

pandemia de COVID-19 y el aislamiento social que implicó, no hizo más que acelerar y profundizar exponencialmente -no solo con el cine, sino con una multiplicidad de consumos culturales- esta tendencia de “mediatización”. Tal concepto, siguiendo a José Luis Fernández (2017), hace referencia a “todo sistema de intercambio discursivo que se practique en la vida social y que se realice mediante la presencia de dispositivos técnicos que permiten la modalización espacial, temporal o espacio-temporal del intercambio” (p. 22), es decir, todo intercambio que no sea cara a cara. Si bien el cine no se concibe si no es a partir de una pantalla, resulta interesante tomar la noción de Fernández para enfatizar el hecho de que lo que se viene perdiendo -conforme la sala de cine pierde centralidad- es su consumo colectivo en espacios públicos. Precisamente, la experiencia mediatizada que proponen las plataformas digitales de contenidos audiovisuales modifica las formas que tienen los sujetos de estar juntos y separados, profundizando la individualización del consumo.

Por otro lado, en el marco de un fuerte proceso de extranjerización de las empresas de exhibición cinematográfica que comenzó a mediados de los 90, la apertura de cines en *shoppings* y la instalación de complejos multipantallas o *multiplex* estableció una nueva modalidad hegemónica de exhibición doblemente concentrada: las salas no solo quedaron situadas en las ciudades más grandes de Argentina, sino aglutinadas en un escaso número de complejos. Así, el arribo de empresas como Hoyts, Cinemark, Village y Showcase aceleró el ocaso de los espacios de proyección tradicionales. Como intento de subsanar dicha realidad, y dentro de una política estatal orientada a resolver las dificultades que posee el campo cinematográfico nacional desde fines del siglo XX, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (en adelante INCAA) creó en 2004 el Programa Espacios INCAA buscando garantizar la exhibición de producciones cinematográficas argentinas y reflotar varias salas tradicionales a partir de su actualización técnica.

Dentro de ese marco, y luego de diecisiete años de inactividad, el histórico cine-teatro de la ciudad de Unquillo reabrió en 2008 como Cine Teatro Municipal y como Espacio INCAA km 725, ofreciendo una experiencia distinta a la que proponen las salas privadas e indudablemente diferente a la que impulsan las plataformas digitales audiovisuales. Justamente, afirmar que no se puede hablar del consumo de cine como una práctica homogénea tiene que ver con que, si bien en todos los casos los públicos se relacionan con las películas, “no se formulan los mismos pactos de consumo en una sala cinematográfica de arte que en un *multiplex* en un centro comercial o frente al televisor” (Rosas Mantecón, 2009b, p. 59). Es por

eso que al definir como materia de investigación al Cine Teatro Municipal de Unquillo y su rol sociocultural, se hacen indispensables algunas aclaraciones acerca de sus particularidades y de su pertinencia como objeto de estudio para este trabajo.

## **Justificación**

### **¿Por qué estudiar el rol sociocultural de los cines municipales desde la comunicación?**

La presente investigación se enmarca dentro de los estudios culturales de la comunicación. Tal mirada permite combinar una perspectiva cultural y material en torno a los vínculos complejos que existen entre las instituciones, los medios de producción, las formaciones sociales, los actores, las prácticas y los tipos de identificaciones sociales. Dicha visión material y no-mediocéntrica de la comunicación aborda la configuración de la vida cotidiana, así como también “los modos populares de relacionarse y las maneras que tiene la gente de estar/sentirse juntos” (Martín-Barbero, 2015, p. 14). Así, la definición de comunicación que guía este estudio es la formulada por Washington Uranga (2007), quien afirma:

La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De esta manera podemos decir que la comunicación se define por la acción porque es a través de nuestras acciones (que) vamos configurando modos de comunicación. (p. 3)

La relación comunicación-cultura atraviesa esta investigación al entender el cine como un bien cultural que es, al mismo tiempo, práctica social y espacio público. Se considera, además, que las industrias culturales generan valor económico, identitario y simbólico dentro de la sociedad. Es decir, se reconoce tanto su dimensión económico-industrial como la ideológico-cultural al concebirlas como “un conjunto de actividades de índole cultural que en su producción, distribución y comercialización de contenidos simbólicos e ideológicos contienen lógicas propias del capitalismo” (Rud, 2016, p. 55).

### **¿Por qué el Cine Teatro de Unquillo?**

Unquillo presenta una interesante dualidad: es una ciudad pequeña (todavía con “alma de pueblo”), pero con un destacado e histórico renombre cultural que le otorga el lema de

“Pueblo de Artistas”. Aunque su desarrollo comercial e industrial es notoriamente menor al de sus localidades vecinas, en el campo audiovisual no solo se destaca por su emblemático cine, sino por albergar desde 2019 el Centro de Producción de Animación Quirino Cristiani, sede del Polo Audiovisual Córdoba.

Por otro lado, Unquillo y Villa María son, actualmente, las únicas dos ciudades de la provincia de Córdoba que poseen Espacios INCAA. Pero a diferencia del caso de Villa María, que utiliza como sede un centro cultural de usos múltiples creado en 2013, el cine de Unquillo fue fundado en 1928 y representa un importante patrimonio cultural para la comunidad. Además, luego de que el Espacio INCAA de la ciudad de Córdoba (ubicado en el Teatro Ciudad de las Artes) dejara de funcionar en 2014, la sala unquillense permaneció como la única sala de la zona perteneciente al circuito estatal nacional. Si bien hay salas -como el Cineclub Municipal Hugo del Carril o el Cine Arte Córdoba- que se dedican a proyectar cine alternativo (dentro del cual se incluyen algunas películas argentinas), la segunda ciudad más poblada del país no cuenta con un espacio abocado a la proyección de cine nacional. En ese sentido, como la sala de Unquillo se ubica relativamente cerca de la capital provincial, puede pensarse como una propuesta que viene a subsanar ese vacío.

### **¿Por qué en el contexto histórico actual?**

En los últimos años, se estableció un modelo de negocio a partir de la proliferación de plataformas digitales que, mediante un abono o publicidad, buscan monetizar la experiencia audiovisual. En dicho mercado, los niveles de concentración son extremadamente altos y la representación de miradas que no sean estadounidenses es verdaderamente escasa. El panorama no resultaría llamativo si no fuese porque la población le dedica cada vez más horas al consumo de contenidos audiovisuales en plataformas. Es preciso aclarar que se utiliza la noción de consumo audiovisual para dar cuenta de una práctica que no se limita solo al cine, sino que en la actualidad incluye series, programas de televisión, videoclips, videojuegos y una multiplicidad enorme de productos audiovisuales. Pero las plataformas, lejos de ser simples depósitos de contenidos, son formas culturales complejas que se proponen moldear los gustos de los usuarios a través de la oferta y jerarquización de tales contenidos (Enfoque Consumos Culturales, 2020, p. 7). Así, crean pautas de consumo y una enorme discursividad. A saber, en casi cualquier reunión social aparece la pregunta: “Che, ¿qué serie están viendo? o ¿qué película vieron últimamente?”.

Por lo tanto, la importancia de estudiar estos fenómenos radica en que la presencia de las plataformas va más allá de la interacción de los espectadores con las pantallas; por el contrario, se instalan en la vida cotidiana y, al hacerlo, modifican las formas de estar juntos y estar separados. Esto es, muchos hábitos que antes eran vividos personalmente se desplazan hacia las plataformas, que acaban mediando digitalmente gran parte de las relaciones sociales actuales.

Tal proceso, exacerbado por la pandemia de COVID-19, obliga a pensar esta investigación como una mirada sobre una escena dinámica, confusa e incierta “que relampaguea en el instante de un peligro” (1989, p. 180), en palabras de Walter Benjamin. Es decir, un intento por retratar el valor de la supervivencia de los cines municipales en medio de una realidad indudablemente vertiginosa e inestable.

No obstante, aun reconociendo que, frente a un porvenir colmado de posibles cambios repentinos, llevar a cabo una investigación en este contexto posee lógicas dificultades, resulta interesante -y al mismo tiempo desafiante- desarrollarla en un momento histórico propicio para repensar y reestructurar prácticas sociales, estudios y estrategias comunicacionales, y políticas de democratización y acceso a la cultura. Porque, en definitiva, el gran interrogante dentro de las industrias culturales es cómo seguirán en pie sus espacios en medio de semejante crisis económica, sanitaria y social global, y de qué manera se transformarán los modos de entenderlas.

### **Problema de investigación, alcance y antecedentes**

Como se mencionó, este trabajo plantea el interrogante: *¿cuál es el rol sociocultural de los Cines Municipales ante las nuevas formas de consumo audiovisual de la cultura digital y la modificación de prácticas sociales a raíz de la pandemia de COVID-19?* y, para intentar dar respuesta a esa pregunta, se estudian las valoraciones y los sentidos de quienes hacen el Cine Teatro Municipal de Unquillo. Cabe aclarar que se contempla dentro de este universo no solo a los trabajadores de la sala, sino a los demás actores involucrados: la Municipalidad de Unquillo y el Programa Espacios INCAA.

La mayoría de los estudios de cine en Argentina se limitan a abordar películas, directores, aspectos estéticos del texto fílmico o su relación con diversos momentos históricos, dejando de lado el plano de la exhibición y el consumo. Por el contrario, este trabajo no se

centra en las cuestiones propias de la producción discursiva o la narrativa cinematográfica, sino más bien en el encuentro y desencuentro entre las pantallas y los espectadores. Se reconoce, de esta manera, aquella necesidad señalada por Florencia Saintout (1998) de “salir del imperio del texto y comenzar a preguntar por los con-textos”, ya que “el encuentro entre texto y lector no se hace en el vacío; sino que está atravesado por estructuras de poder” (p. 154).

Para precisar aún más cuál es el objeto de la investigación, cabe una aproximación por la negativa. No se trata de un estudio sobre públicos, y tampoco se aborda la cuestión del gusto de los espectadores en torno a qué géneros o qué películas son las preferidas. No se examinan estadísticas sobre los aspectos que hacen que un sujeto sea (o no) espectador de cine. Y, si se aborda el sector privado-comercial de exhibición, es solo a partir de las significaciones que le atribuyen los actores con los que interactúa el trabajo.

Por lo tanto, en relación con su objeto de estudio, la investigación ofrece un recorte y una perspectiva que no registran muchos antecedentes. No obstante, en los últimos años, comenzaron a realizarse algunas investigaciones académicas y artículos de divulgación que abordan el campo de la exhibición y el consumo cinematográfico desde diferentes enfoques. A continuación se señalan brevemente aquellos trabajos que han resultado más significativos para la construcción del aparato conceptual de este estudio.

Aída Quintar y José A. Borello (2014) analizan la evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en Buenos Aires desde sus orígenes, y elaboran una periodización que contempla cinco aspectos centrales: la tecnología de la exhibición, las características de las empresas exhibidoras, la relación entre los espectadores y la exhibición, el espacio físico y el lugar en el que se da el consumo de cine. A su vez, describen el proceso de repliegue de los cines barriales como consecuencia de la transformación y extranjerización de las empresas exhibidoras y la irrupción del cine en el hogar a través de la televisión. En relación con esto, la investigación de Marina V. Maggio (2014) analiza los cines-teatros recuperados de la Ciudad de Buenos Aires poniendo el foco en la participación ciudadana y la organización popular para conseguir la reapertura de dichos espacios. Además de historizar sobre las salas estudiadas y los movimientos por su recuperación, encuadra la investigación en el período que comienza en 2007 con la asunción de Mauricio Macri como jefe de Gobierno y su política cultural que concibe a los ciudadanos como consumidores en vez de sujetos políticos.



Por su parte, Leandro González (2016) realiza una investigación empírica sobre el consumo de cine en la Argentina, buscando comprender, a través de encuestas a estudiantes universitarios, los factores que habilitan (o no) la concurrencia a las salas. El análisis contiene estadísticas y reflexiones teóricas sobre la vigencia del espectáculo cinematográfico en el siglo XXI. El autor cuestiona la creencia generalizada que anuncia la “muerte” del cine, pero argumenta que el fenómeno se ha reconfigurado y que ello obliga a renovar las herramientas conceptuales y teóricas para estudiarlo.

En su tesis doctoral, Ana Rosas Mantecón (2009b) aborda el cine como práctica cultural y observa los cambios que fue sufriendo en relación con la metamorfosis del espacio urbano de la Ciudad de México. Al mirar la ciudad desde la práctica de ir al cine, la autora pretende ampliar la perspectiva del consumo cultural contemplando los procesos que atraviesan y condicionan su recepción. Además, con el desarrollo de una perspectiva antropológica del consumo cultural, el estudio demuestra:

... que el conocimiento de este campo no constituye exclusivamente un tema interesante pero intrascendente, sino una rica veta para el análisis de las transformaciones de la vida urbana, de los usos del espacio público y la instauración del reino del mundo audiovisual. (Rosas Mantecón, 2009b, p. 9)

En una línea similar se ubica el trabajo de investigación de Lucía Rud (2016), quien analiza la exhibición cinematográfica en el circuito comercial de Buenos Aires en el período 1997-2008 para dar cuenta de las nuevas relaciones entre ciudad, oferta cultural y políticas culturales. Bajo la premisa de que la exhibición de cine se reconfigura a partir del establecimiento de los complejos *multiplex* de empresas multinacionales y debido al lugar que ocupa Argentina dentro del proceso de globalización, Rud sostiene que dicha exhibición entra en tensión con las políticas culturales nacionales de carácter proteccionista llevadas a cabo por el INCAA.

Finalmente, en la misma dirección, la investigación de Valentina Stacco (2019) sirve como antecedente concreto del estudio de Espacios INCAA y las tensiones con el sector privado-comercial en torno al sentido con el que cada propuesta inviste la exhibición cinematográfica. La autora argumenta que la red estatal introduce una perspectiva alternativa que “molesta” al circuito privado, porque habilita un camino paralelo allí donde ya imperaba un significado formalizado por la cultura dominante acerca de la práctica de ir al cine.

## **Objetivos**

### **General**

- Identificar y caracterizar las valoraciones y los sentidos de quienes hacen el Cine Teatro Municipal de Unquillo acerca del rol sociocultural del mismo ante las nuevas formas de consumo audiovisual de la cultura digital y la modificación de prácticas sociales a raíz de la pandemia de COVID-19.

### **Específicos**

- Dar cuenta de las valoraciones de quienes hacen el Cine Teatro Municipal de Unquillo en relación con sus valores, objetivos y vinculación con la comunidad.
- Caracterizar las tendencias generales en las nuevas prácticas de consumo audiovisual de la cultura digital.
- Explorar acerca de los impactos generales de la pandemia en los nuevos modos de consumo audiovisual y, en particular, en el Cine Teatro Municipal de Unquillo.
- Indagar acerca de cómo se imaginan la etapa pospandemia quienes hacen el Cine Teatro Municipal de Unquillo.
- Relacionar y comparar los distintos sentidos que emerjan en el universo simbólico de los actores involucrados con relación al tema de investigación.

## **Estructura general de la investigación**

Además de este apartado introductorio, los resultados del trabajo están presentados en distintos capítulos con la intención de facilitar su lectura. En el primer capítulo se despliegan los supuestos teóricos sobre los que se funda el estudio. Por un lado, se hace hincapié en los nuevos modos de consumo audiovisual individualizados y transformadores del espacio público. Por el otro, se aborda la construcción de subjetividad, identidad y ciudadanía a partir de los consumos culturales, dando cuenta de la necesidad de democratizar su acceso. Además, se presentan dos breves historizaciones relacionadas con el campo nacional de la exhibición y con el consumo cinematográfico y audiovisual a nivel global.

El capítulo dos ofrece una descripción de las particularidades del objeto de estudio y una contextualización del período histórico en el que se desarrolla este trabajo. Se exponen las principales características de la ciudad de Unquillo en relación con su desarrollo artístico-cultural y se mencionan algunos de los impactos de la pandemia en torno a los consumos culturales, así como también algunas opiniones de expertos en el tema en cuanto al futuro de tales consumos. El tercer capítulo describe la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación (estudio cualitativo, de alcance exploratorio, basado en entrevistas semiestructuradas focalizadas) y funciona como antesala del cuarto, en el cual se despliega un análisis interpretativo de las valoraciones y los sentidos de los actores involucrados, organizados en los siguientes ejes: a) Objetivos y valores; b) Accesibilidad; c) Formación de espectadores; d) Formación de identidad y ciudadanía; d) Comunicación, convocatoria y fidelización del público; e) Ruptura espacial y experiencias colectivas; f) Convivencia o competencia; g) Impactos de la pandemia.

Las conclusiones del quinto capítulo proponen una lectura integral y cohesionadora de los objetivos de la investigación, los conceptos teóricos de partida y el análisis de los datos recolectados. Se destacan políticas y actividades impulsadas por la sala de Unquillo que apuntan a democratizar el acceso al cine, contribuir al desarrollo artístico-cultural local y reivindicar la experiencia cinematográfica como práctica colectiva en el espacio público. Además de contrastar los modos de consumo que propone el cine unquillense con los que se desarrollan las plataformas digitales, se diferencian las formas de fidelización y vinculación con el público en cada caso. Finalmente, se exponen algunas cuestiones vinculadas con la etapa pospandemia. Esto es, las expectativas, visiones a futuro y estrategias de retorno de quienes hacen el cine de Unquillo, apoyadas principalmente en la acentuación de aspectos tradicionales como el buen

trato, el valor del encuentro y la importancia de la apropiación del espacio por parte de la comunidad. Como cierre, el capítulo seis consiste de un epílogo en el que se describe resumidamente el surgimiento del interés por el objeto de estudio de la investigación, la entrada al campo y algunas de las dificultades surgidas durante el proceso de trabajo. Se incluye también una breve referencia a la situación del cine unquillense en el período abril-mayo de 2021.

Al término de este trabajo, las referencias bibliográficas, así como las entrevistas completas, podrán ser consultadas en los apartados “Bibliografía” y “Anexos”, respectivamente.

⇒ [Volver al índice](#)

Capítulo 1

# MARCO TEÓRICO

# 1 - MARCO TEÓRICO

## 1.1 Introducción

El presente marco teórico expone de manera organizada y articulada los principales conceptos, nociones y categorías teóricas que guían la investigación. Con la intención de volver inteligible el complejo entramado del que forma parte la práctica cinematográfica en la actualidad, el capítulo se estructura en dos ejes transversales que hacen foco en las cuestiones que atraviesan al Cine Teatro Municipal de Unquillo (en adelante CTMU).

El primero versa sobre los nuevos modos de consumo audiovisual. Para ello, se comienza con una reducida historización sobre el consumo de cine desde sus inicios hasta llegar a describir las formas que adquiere en la actualidad; se exponen las características sobre dichas formas de consumo en relación con la individualización y el espacio público; se trazan las particularidades del consumo solitario, breve y errático que proponen las plataformas digitales; y se plantea la ponderación que estas realizan del usuario en el proceso de fidelización.

El segundo eje, por otra parte, aborda las salas de cine como consumo cultural. Se entienden a tales consumos como fundamentales en la construcción de subjetividad, identidad y ciudadanía y, por eso, se presentan seguidamente ciertos conceptos en materia de democratización del acceso al cine. Finalmente, se propone una nueva historización, pero enfocada esta vez en la cronología de los espacios de exhibición a escala nacional y la correspondencia de ese proceso a nivel local en el CTMU.

## 1.2 Nuevos modos de consumo audiovisual

*la vida social ya se ha transformado  
en una vida electrónica o cibervida*  
— Zygmunt Bauman (2007, p. 13)

### 1.2.1 Breve recorrido histórico

Si bien esta investigación estudia la situación actual del consumo de cine - específicamente las valoraciones y los sentidos de quienes hacen el CTMU frente a las nuevas formas de consumo que posibilitan las TIC, y que se ven profundizadas por el contexto sanitario y social que trajo la pandemia de 2020-, cada replanteamiento previo que ha sufrido el llamado “séptimo arte” ha sido relevante porque ha configurado mentalidades de época y, al mismo

tiempo, ha reflejado diversas realidades económicas, políticas y sociales. Importa más que nada, a los fines de este trabajo, revisar brevemente los caminos transitados por la exhibición y el consumo cinematográfico. Aunque se hace referencia a algunas cuestiones estéticas, propias de la narrativa fílmica, tales menciones sirven más bien para reflexionar acerca de cómo se fueron modificando los vínculos entre los públicos y las pantallas. De esta manera, en el presente apartado se recuperan principalmente dos periodizaciones sobre la historia del cine: la propuesta por Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009) y la formulada por Aída Quintar y José A. Borello (2014).

Lipovetsky y Serroy (2009) proponen una mirada histórica del cine con cuatro fases o caracterizada por cuatro grandes momentos. La primera etapa, de *modernidad primitiva*, se circunscribe al cine mudo establecido primero como espectáculo y, a medida que fue adquiriendo identidad, como arte. Incluso, según los autores, el cine configuró “un modo de expresión radicalmente nuevo, capaz de mostrar el mundo como ningún otro arte hasta entonces” (p. 17). Su surgimiento significó una transformación histórica de la experiencia estética porque, a diferencia de las artes cultas, la reproducción técnica del cine no demandaba una formación cultural letrada previa, lo que posibilitó su consumo por las masas. De hecho, la clase obrera de las grandes ciudades industrializadas constituyó, principalmente, el público de las primeras películas (Wortman, 2000).

La segunda fase, de *modernidad clásica*, (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 17) atravesó el cine entre 1930 y 1950, convirtiéndose este en el ocio popular por excelencia en todo el mundo. Los estudios hollywoodenses vivieron en aquellos años “la edad de oro” y se generaron nuevas posibilidades técnicas con el surgimiento del cine sonoro, el cine a color y los avances tecnológicos de las pantallas. En los regímenes totalitarios europeos, conforme el cine adquiría aceptación masiva, empezó a jugar un papel fundamental en la imposición de ideologías. En un artículo del diario La Nación publicado en el año 2003 se expone que en la Alemania nazi, Hitler y Goebbels encontraron en las películas su mejor herramienta de propaganda para “educar los gustos del público e instaurar la idea de que el arte debía estar sometido por completo al poder político” (“Los nazis y el cine como propaganda”, 2003, párr. 2). Algo similar sucedió en el sistema soviético, con la diferencia de que el protagonismo de los discursos cinematográficos no se puso en la figura del líder, imponiéndolo como un dios, sino en el pueblo. Para aquellos años, de acuerdo con Ana Rodríguez Granell (2012), en muchos países de Europa emergieron proyectos, estructuras de producción y obras fílmicas al margen de la

industria convencional con una voluntad expresamente política. Dentro del espectro de la izquierda, brotaron diversas formas de organización cultural en materia de cine y un entendimiento de las prácticas cinematográficas como dispositivos críticos (2012, p. 633).

En Argentina, a lo largo de esas décadas, el cine comenzó a desarrollarse rápidamente como industria cultural y el número de películas producidas creció exponencialmente año a año. Siguiendo a Wortman (2000):

... en 1933, con 11 millones de habitantes, el país posee 2.161 cines, siendo el país hispanoparlante que cuenta con mayor cantidad de salas de exhibición en relación con el número de habitantes, mientras que en 1937 existían 27 empresas productoras. (2000, *La Argentina y su relación con la cultura: los públicos de cine*, párr. 6)

Durante los primeros gobiernos peronistas, según Clara Kriger (2006), el impulso industrialista orientado a la sustitución de importaciones benefició a la industria cinematográfica que se regía bajo la óptica nacionalista católica, con el pensamiento de un público que, en palabras de la autora, “debía homogeneizarse y tutelarse” (p.407).

La tercera etapa a la que refieren Lipovetsky y Serroy (2009), de *modernidad vanguardista* (p. 19) de los años 50, 60 y 70, estuvo marcada por una liberación artística y cultural, inevitablemente unida a la sociedad de consumo y la modernidad individualista que esta trajo. A partir de las desgracias de la segunda guerra mundial, apareció en Italia el *neorrealismo*, en Francia la *Nouvelle Vague*, en Inglaterra el *Free Cinema*, en Europa del Este *el cine contestatario*, y en Brasil el *Cinema Novo*, por nombrar algunos movimientos estéticos. En Latinoamérica se gestaba para esa época, dentro del campo cinematográfico, un carácter militante que comenzó a intervenir más plenamente en Argentina a fines de la década del 60. El ejemplo más claro es la obra *La hora de los hornos: Notas y testimonios sobre el neocolonialismo, la violencia y la liberación* (1968) de Fernando “Pino” Solanas y Octavio Getino, quienes a través del proyecto *Grupo Cine Liberación*, manifestaron su objetivo de crear un cine puramente revolucionario, que denunciara las injusticias sociales de los países del tercer mundo, motivo por el cual, llamaron a su trabajo *Tercer Cine*. Para mediados de los 70, con la instauración del terrorismo de Estado y la represión política en la Argentina, el *Tercer Cine*, si bien quedaría censurado, ya había conseguido instalar la idea del cine como un hecho político. Al contar historias cercanas a los espectadores, o propias de la realidad en la que estos vivían,



les otorgaba un rol activo y los posicionaba como actores protagonistas que eran llamados a la toma de conciencia y a la acción contrahegemónica.

La cuarta y última fase que proponen Lipovetsky y Serroy (2009) es la de *hipermodernidad* “individuatora y mundializadora” (p. 21). Es aquella modernidad construida después de los años 80 y definida por la transformación de las tecnologías y los medios de comunicación, la cultura, la estética, la economía y el consumo, al mismo tiempo y de manera global. El cine, en dicha dinámica, comenzó su camino como *pantalla global*. Según los autores, el concepto de *pantalla global* remite al nuevo dominio planetario de la “pantalla-era” y el “estado-pantalla” posibilitado por las tecnologías de la información y comunicación (TIC):

Son los tiempos del mundo pantalla, de la todo-pantalla, contemporánea de la red de redes, pero también de las pantallas de vigilancia, de las pantallas informativas, de las pantallas lúdicas, de las pantallas de ambientación. El arte (arte digital), la música (el videoclip), el juego (el videojuego), la publicidad, la conversación, la fotografía, el saber: nada escapa ya a las mallas digitalizadas de esta pantallocracia. La vida entera, todas nuestras relaciones con el mundo y con los demás pasan de manera creciente por multitud de interfaces por las que las pantallas convergen, se comunican y se conectan entre sí. (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 22)

Por su parte, en una historización similar, Quintar y Borello (2014) trazan cinco períodos en la historia del cine en los que enfatizan las transformaciones en la exhibición y el consumo. Si bien su trabajo se acota a la Ciudad de Buenos Aires, como la mayoría de los cambios que mencionan responden a procesos sociales y tecnológicos globales, se lo puede tomar como muestra de lo que sucedió en diferentes lugares del país e incluso en otros países. La primera etapa, desde el surgimiento del cine y hasta 1932, constituye la difusión del cine como novedad y espectáculo cuyos primeros espacios de exhibición fueron confiterías y teatros, y luego salas de cine construidas en los centros urbanos. En este período los espectadores dependían de las exhibidoras, es decir, no controlaban qué ver, dónde y cuándo verlo.

En el segundo período, entre 1933 y 1955, apareció el cine sonoro y se consolidaron y expandieron los espacios para ver películas. Surgieron importantes empresas exhibidoras nacionales y creció el número de las salas no solamente en las grandes ciudades, sino también en pueblos y localidades de todo el país. Los espectadores seguían dependiendo de lo que las

salas ofrecían en cartel, pero otras actividades empezaron a competir por el tiempo libre. Precisamente, una de las mayores competencias para las salas se dio con la aparición de la TV, hecho que marca la tercera etapa planteada por los autores: desde 1956 a 1975. La difusión de la televisión generó una alternativa para los espectadores, ya que el cine se acercó a sus casas.

El cuarto período, delimitado entre 1976 y 1994, está marcado por una gran crisis de la exhibición en las salas y el auge del consumo hogareño. La expansión de la TV, la difusión del VHS y la instalación de miles de videoclubes, le permitieron al espectador el control total sobre el momento de ver cine. Esto, sumado a un proceso de extranjerización de las firmas exhibidoras, hizo que se cerraran muchas salas de barrios y de pequeñas ciudades y que se abrieran multicines o cines en los shoppings de fácil acceso en automóvil.

El último periodo que proponen Quintar y Borello (2014) transcurre desde 1995 hasta la actualidad y representa una etapa de reestructuración de los espacios de exhibición y una gran profundización de los cambios en los modos de consumo de cine. Las salas se digitalizaron y la mayoría pasaron a estar en manos de firmas transnacionales, consolidándose la tendencia a los complejos *multiplex*. Se cerraron los videoclubes y con la aparición de Internet y los dispositivos móviles, el control de los espectadores respecto al contenido, el momento y el lugar en dónde verlo, pasó a ser máximo. Dicho panorama se puede vincular con la pantallocracia de la que hablaban Lipovetsky y Serroy y con la noción de *Cultura Digital* (Igarza, 2012). Si bien existen expresiones más conocidas y consolidadas como *Era Digital* o *Era de la Información* (acuñada por Manuel Castells en 1996), la presente investigación adopta el concepto de cultura digital que, según Roberto Igarza (2012), representa mejor a un escenario que a un contenido ya que

... involucra las múltiples formas en que se expresan y entremezclan las culturas colectivas a través de distintos modos de producción, distribución y fruición en los que la mediatización es de naturaleza digital. Es, simultáneamente, la cultura atravesada por el paradigma digital y las tecnologías digitales intervenidas por las estéticas y las narrativas de la cultura mediática tradicional. (p. 152)

El rasgo distintivo de tal noción, y que resulta valioso para los fines del presente trabajo, es que

... el estudio de la cultura digital no se agota en el ciberespacio (cultura online) sino que se agrega la hipertextualidad entre distintos medios de comunicación social e industrias culturales (radio, cine, televisión, etc.) y los procesos de interacción social en el contexto cultural más amplio. (Lago Martínez, 2012, p. 124)

Por su parte, al hablar de los cambios en las formas culturales que trae consigo la cultura digital, Igarza (2012) asegura que debido a que los entornos creados por los medios digitales suponen experiencias inmersivas propias de la virtualidad, la telepresencia y la artificialidad, se modifican las formas de relacionarse con otras personas u objetos (p. 152). Al investigar sobre cómo se modifica la práctica social de ir al cine, este resulta uno de los puntos más relevantes para el presente estudio.

### **1.2.2 Individualización**

En semejante contexto de cultura digital, la pantalla de cine ha perdido su antigua posición hegemónica. Es relevante, en este sentido, el dato arrojado por la segunda Encuesta Nacional de Consumos Culturales realizada en 2017 por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) sobre la asistencia presencial a cines y su notoria disminución en comparación con la cantidad de público en 2013: el porcentaje de quienes asistían al cine una vez al año se redujo en un 5% (de 40% pasó a 35% de la población encuestada), mientras que la asistencia con frecuencia trimestral pasó de un 26% a un 17,5%. Además, entre 2016 y 2017 un 37% de la población que acostumbraba ir al cine dejó de hacerlo y los motivos económicos figuran como la principal razón (32%).

En principio, cualquier persona con Internet y con algún soporte físico que lo permita puede establecer su propia filmoteca, según sus gustos. Entonces, el hecho de tener que trasladarse a la sala en un horario específico para ver una película, puede presentarse como un impedimento de espacio-tiempo. Esto, a partir de marzo de 2020, se vio profundizado excepcionalmente por el aislamiento social preventivo y obligatorio y el cierre circunstancial de espacios con aglomeración de personas a raíz de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, si hay algo que no puede sostenerse es que el cine haya muerto, tal como vaticinaron tantos intelectuales a lo largo de los últimos años. Lo que sí ha sucedido, siguiendo a Leandro González (2016) es que

... el cine ha perdido la centralidad que supo tener en el espacio urbano y en los imaginarios modernizantes. En la actualidad, el uso del tiempo libre parece tener opciones variadas, y el imperativo de ser moderno está estrechamente asociado a las tecnologías y redes digitales. (p. 39)

Lo cierto es que las salas cambiaron, lo mismo hicieron los espectadores y la configuración en la que interactúan la exhibición y el consumo también se ha visto considerablemente modificada. Pero si bien el formato cinematográfico dominante y sus soportes, indudablemente, se han transformado, el consumo de contenidos audiovisuales va en aumento y la estética del cine está presente en las demás pantallas de la vida cotidiana. El *espíritu de cine* se relaciona con la pantallocracia de Lipovetsky y Serroy citada anteriormente, y tiene que ver con el culto a la imagen y a lo espectacularizado que se encuentra constantemente en la mayoría de los espacios urbanos. Paradójicamente, cuanto más vacías están las salas de cine, más crece el hábito de filmar, editar, compartir y, especialmente, consumir contenido audiovisual, tal como lo reflejan las redes sociales:

Lo banal, lo anecdótico, las grandes catástrofes, los conciertos, los actos de violencia son hoy filmados por los actores de su propia vida. Cuanto menos visita el público las salas oscuras, más deseos hay de filmar, más cinenarcisismo, pero también más expectativas de visualidad y de hipervisualidad, del mundo y de nosotros mismos. Ya no queremos ver solo «grandes» películas, queremos ver también la película de los momentos de nuestra vida y de los que estamos viviendo. (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 25)

Lo que sucede con las nuevas formas de consumo audiovisual es que, al estar vinculadas en su mayoría a dispositivos de uso personal, se vuelven indefectiblemente individualizadas. Si antes el espectador veía las películas en espacios públicos como las salas, lo que implicaba una vivencia colectiva de sensaciones y reacciones; ahora, con la mirada solitaria en el espacio privado, “las lecturas empiezan y terminan en uno mismo” (Fernández del Castro y Aparicio González, 2014, p. 92). El consumo colectivo pasó a los espacios domésticos, convirtiéndose primero en semi colectivo (compartido en familia) y, finalmente, en individual y aislado. En este sentido, Leandro González (2016) sostiene que las nuevas prácticas de consumo en las salas, como la posibilidad de consumir alimentos y bebidas o la mirada menos atenta, son el correlato del consumo de cine hogareño. Es decir, si bien el hogar en la actualidad está mediado

por las pantallas, no es menos cierto que las salas de cine están mediadas por prácticas hogareñas (pp. 38-39). Más aún, actualmente las nuevas formas de consumo en soledad no quedan relegadas a los ámbitos privados, sino que, gracias a los dispositivos portátiles y a Internet móvil, las personas pueden elegir ver lo que quieran, donde quieran, cuando quieran, en el idioma que quieran, incluso en los espacios públicos. Como afirman Fernández del Castro y Aparicio González (2014), la multiplicidad de pantallas sigue apuntando al consumo y la mirada individualista: “Paradójicamente, una *multiplicidad* que *divide* públicos” (p. 92).

### **1.2.3 Espacio público**

Sin intención de profundizar demasiado en la noción de espacio público que supone bastante complejidad, resulta importante, no obstante, destacar algunas cuestiones que se vinculan con el caso de estudio de esta investigación.

La ocupación del espacio público nos hace existir como sociedad ya que es ahí donde se concreta que vivimos y convivimos en comunidad. Damián Cano, en un artículo para la Revista Levadura del 2017 afirma:

Sin estos espacios, la sociedad simplemente está aislada, sin comunicación, como un grupo de individuos inconexos que no tienen preocupación por el otro y, por lo tanto, no se tiene forma de hacer frente a la clase que detenta el poder. (Cano, 2017, “El cine como espacio público y político” (FICMTY en riesgo) párr. 4)

Cano retoma la definición de espacio público de Habermas quien, en los años 60, explicaba el proceso por el cual los individuos ocupaban la esfera pública controlada por la autoridad y la transformaban en espacio donde se ejercía la crítica contra el poder del Estado. Habermas atribuía la multiplicación de los debates y discusiones políticas a las reuniones de salón y los cafés. Aplicando tal conceptualización a este siglo, en el que prepondera el lenguaje audiovisual, Cano establece:

... los espacios para proyectar los trabajos cinematográficos se han convertido en espacios públicos donde la crítica y la reflexión vía la convivencia se convierten en espacios de oposición a la clase gobernante y donde queda acotado el poder, y se redistribuye en los ciudadanos que habitan dichos espacios. (2017, párr. 4)

La realidad de las últimas décadas, no obstante, hizo que las salas de cine hayan perdido la centralidad en el espacio urbano que antes las caracterizaba. Según Leandro González (2016), a nivel nacional las salas desaparecieron de pueblos, ciudades, e incluso de muchos barrios de la Capital Federal, y a nivel metropolitano, se relocalizaron en las zonas con mayores accesos (autopistas, shoppings) y/o en los barrios de mayor poder adquisitivo (p. 25). En la misma línea, Artemio Abba (2003) se refiere al cambio en los espacios de sociabilidad y esparcimiento en Buenos Aires -propuesta que sirve para pensar otras ciudades del país- y asegura:

De una configuración centralizada apoyada en el espacio público de la calle, de un centro histórico que había preservado su atractivo cultural para las diferentes capas sociales y una red de centros menores que llegaban hasta el barrio, se ha pasado a una oferta apoyada en mega cines multipantalla, con un funcionamiento endógeno que niega la calle urbana, asentados en el sector norte de la ciudad vinculados a lugares de prestigio y de afluencia masiva de público. (pp. 16-17)

Pero, además de las modificaciones en el vínculo de las salas con el espacio público, es pertinente pensar cómo el entorno se reorganiza a partir de los nuevos modos de consumo audiovisual anclados en los dispositivos digitales de uso personal. Para ello, resulta oportuno el aporte de Gustavo Lins Ribeiro (2002), quien propone una distinción y una relación entre lo que denomina espacio-público-real y espacio-público-virtual. Mientras que el primero está marcado por “la copresencia fenomenológica, basada en los sentidos corporales, en las indexicalidades y en los intercambios de informaciones/sensaciones inmediatas entre actores en interacción en un punto determinado del espacio, un mismo lugar compartido” (p. 7), el segundo se determina por “la copresencia electrónica en la Internet, mediatizada por una tecnología de comunicación que vehicula, simultáneamente, el intercambio de informaciones emitidas en muchos lugares diferentes, para un número indefinido de actores interactuando en una red diseminada sobre el globo” (p.12). El tejido urbano se fragmenta, según Ribeiro, debido a que el espacio-tiempo se condensa a través de aparatos de compresión vinculados a la velocidad (como el automóvil) y la simultaneidad (las TIC). Dicha dupla velocidad/simultaneidad aplaca el espacio-público-real y propicia el espectacular desarrollo del espacio-público-virtual.

En la misma línea, Jesús Martín Barbero (2002) reflexiona sobre la ciudad como la manifestación más clara de los cambios en los tipos de sociabilidad, asegurando que, a partir

de las redes audiovisuales, se genera una nueva diagramación de los espacios e intercambios urbanos:

La diseminación/fragmentación de la ciudad densifica la mediación y la experiencia tecnológica hasta el punto de sustituir, de volver vicaria, la experiencia personal y social. Estamos habitando un nuevo espacio comunicacional en el que “cuentan” menos los encuentros y las muchedumbres que el tráfico, las conexiones, los flujos y las redes. Estamos ante nuevos “modos de estar juntos”. (p. 4)

Así como señala Wortman (2000) el profundo cambio de las relaciones entre el cine y la vida pública tiene que ver con que, durante el siglo XX, los espacios de exhibición funcionaban como estímulo para salir de la casa y usar la ciudad (lugar de tematización de lo urbano). Ahora, sin embargo, el impulso es más bien para replegarse en la privacidad doméstica (El cine en el shopping, párr. 7). Ejemplo de esto es la proliferación del uso de aplicaciones de delivery que, al proponer experiencias mediatizadas y mercantilizadas que enfatizan la individualización, también dan cuenta de las nuevas formas de estar juntos y de estar separados. En ese sentido, tanto las aplicaciones de delivery como las plataformas digitales de contenido audiovisual pueden pensarse como tecnologías que promueven formas de des/habitar ciertos espacios-tiempos en la ciudad. (Sánchez Ceci y Bucca, 2020, p. 112). Tales nuevos modos de estar juntos y separados terminaron de estallar con la pandemia debido a que las prácticas de carácter público pasaron a hacerse desde el ámbito privado del hogar y, en ese proceso, los hogares se volvieron públicos.

#### **1.2.4 Consumo solitario, breve y errático**

La digitalización y la portabilidad de las TIC favorecen una modalidad de consumo ágil y con prevalencia de contenidos breves. Según los datos de la segunda Encuesta Nacional de Consumos Culturales del SInCA (2017), cae la asistencia al cine, pero aumenta el consumo de contenidos audiovisuales a través de plataformas digitales o sitios online. El informe afirma que la práctica cultural de ir al cine se ve fuertemente afectada debido a que, por un lado, requiere de un costo específico de dinero e implica un desplazamiento, pero, además, implica tiempo de atención exclusiva por parte del espectador y es justamente eso lo que cada vez se vuelve más escaso (SInCA, 2017, p. 6).

En vinculación con esto último, Pasi Väliäho (2017) hace una observación sobre el consumo de pantallas en el subte y da cuenta de un tipo específico de visión de las imágenes. El autor expone que, al ser los pasajeros interrumpidos constantemente por anuncios sonoros, contactos o empujones no intencionales de otras personas, frenadas abruptas, o por haber llegado a destino y tener que descender del vagón, la visión del contenido no es concentrada (atendiendo a la película de principio a fin) ni difusa (permaneciendo el film de fondo como mero acompañamiento). Dice Väliäho:

Quisiera llamar a este consumo de imágenes errático (significando tanto interrumpido como compulsivo) y repetitivo, y por lo tanto siempre ya prolongado, a falta de una palabra mejor, “visión corta” (*short viewing*). Por corta, quiero decir experiencias de imágenes que son momentáneas, que terminan y empiezan de nuevo abruptamente, y recurrentes. *Short viewing* es un síntoma de nuestros tiempos; de condiciones tecnológicas (la convergencia de varias funciones de los medios en un solo dispositivo portátil), pero también de la organización de ritmos existenciales de la vida urbana. (2017, s/n)

Lo característico e interesante de la idea del *short viewing* es que facilita e intensifica el aislamiento. Según agrega el autor, “el espectador de pantallas de hoy es un espectador solitario. El *short viewing* en el subte no busca crear un espacio social compartido, sino permitirle al espectador proteger sus ojos del escrutinio de otros y así ‘escondese’” (2017, s/n). En esta línea, se puede establecer una relación con lo que Lipovetsky y Serroy (2009) plantean sobre el nuevo consumo cinematográfico “desinstitucionalizado, descoordinado y de autoservicio” (p. 65), ya que resulta en un consumo hiperindividualista de sociabilidad selecta y de autoconstrucción del espacio-tiempo personal, opuesto a la experiencia del cine en sala que se vive como un momento de convivencia y de emociones compartidas (p. 65).

### **1.2.5 Digitalización y portabilidad al servicio del usuario**

“El consumo cultural en pantallas a través de servicios de suscripción ha redefinido el concepto de fidelización” (Neira, 2018, p. 71). Así se refiere Elena Neira a un nuevo tipo de entretenimiento que centra su filosofía en el usuario y en la satisfacción de su experiencia. Por un lado, para incrementar el tiempo que el usuario dedica al consumo en pantalla, las compañías de entretenimiento por *streaming*, buscan “conocer” a sus suscriptores y ofrecerles contenido cada vez más eficiente y recomendaciones más personalizadas. Esto lo logran aprovechando el



rastros digitales generados por el consumo de contenidos mediante dispositivos conectados. A tal rastro se lo conoce como *Big Data* y consiste en datos masivos o macrodatos que se procesan por sistemas informáticos sofisticados, analizan el comportamiento del usuario y formulan predicciones a través de los patrones observados.<sup>2</sup> Por otro lado, el valor que posee el nuevo consumo de pantallas es su multiplicidad de soportes ya que se adapta a una gran cantidad de dispositivos y se agrega el factor de la movilidad. Además, la resolución es de alta calidad, se elimina en muchos casos la publicidad, se posibilita la descarga temporal de contenido para reproducirlo sin conexión, se permiten consumos simultáneos de los distintos usuarios dentro del mismo paquete, etc. Todo esto, genera la multiplicación de los contextos de ocio.

Netflix, fundada en 1997, es una de las compañías líderes de servicio de series de televisión y cine por *streaming* desde hace varios años. En la actualidad, está presente en más de 190 países y posee más de 200 millones de suscriptores. Ha impulsado, según Neira, un nuevo concepto: “el entretenimiento del individuo, frente al tradicional entretenimiento del hogar” (2018, p. 69).

Y aunque este trabajo no se enfoca en la producción cinematográfica, vale resaltar que no es solamente el formato de las nuevas pantallas lo que viene a rivalizar con el cine de las salas, sino también el contenido. Desde 2015 las producciones originales de Netflix compiten con las películas tradicionales. Sus apariciones en los Premios Óscar se multiplican exponencialmente año a año y de los casi 60 largometrajes estrenados en 2019, la compañía logró veinticuatro nominaciones en la entrega del 2020 (Ruiz y Suárez, 2020).

Un informe realizado por Carrier y Asociados en 2017, en el que se establecía que en casi el 80% de los argentinos veía algún tipo de contenido de video a través de una plataforma digital, posicionaba a YouTube como el servicio gratuito preferido con más de 16 millones de usuarios y a Netflix como la opción de video *on-demand* por suscripción más utilizada del país, rondando los 2 millones de usuarios (Africano, 2020). Para principios de 2020, Netflix Argentina tenía 4.5 millones de suscriptores, posicionándose entre los 10 países con más usuarios en todo el mundo (Mármol, 2020). A nivel global, según un informe publicado por la

---

<sup>2</sup> Empresas como Netflix [...] usan big data para prever la demanda de los clientes. Construyen modelos predictivos para nuevos productos y servicios, clasificando atributos clave de productos anteriores y actuales, y modelando la relación entre dichos atributos y el éxito comercial de las ofertas. (“Definición de Big Data”, s. f.). Más información en <http://www.oracle.com/ar/big-data/what-is-big-data>

compañía, durante ese año su crecimiento fue de 37 millones de suscriptores, superando en un 31% la cifra del 2019 (Del Barco, 2021).

Pero Netflix y YouTube no son los únicos. Amazon Prime Video, Disney +, HBO GO, DirecTV Play, Cablevisión Flow, Mubi, Qubit.tv, Telecentro Play son algunos de los servicios *on-demand* que consumen los argentinos, dentro de los cuales cabe destacar la existencia de Cont.ar y CINE.AR Play, las plataformas públicas y gratuitas de contenidos audiovisuales nacionales. Si bien ambas incluyen películas, mientras que la primera está orientada principalmente al contenido televisivo, la segunda se aboca al cine nacional. CINE.AR Play, previamente llamada Odeón y fundada por el INCAA y la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima (ARSAT), es la rama digital de la iniciativa CINE.AR, anteriormente INCAA TV. Ofrece películas, series, documentales y cortos de producción nacional y posee una plataforma hermana, CINE.AR Estrenos, que dispone de lanzamientos cinematográficos nacionales, pero funciona con el sistema de alquiler pago. En el período marzo-noviembre de 2020, CINE.AR Play sumó 500 mil suscriptores digitales, alcanzado los 1,8 millones.<sup>3</sup>

Sin embargo, como se mencionaba anteriormente, si el cine de las salas sigue vigente frente a semejante escenario digitalizado y volcado cada vez más hacia lo portátil y *on-demand*, es porque, en palabras de Leandro González (2016):

... sigue ofreciendo una experiencia singular y extraordinaria —en el sentido de que lo que ocurre dentro de una sala representa una ruptura respecto a lo que sucede fuera de ella— cuyas características no se pueden emular en el ámbito del hogar, más allá de la sofisticación creciente del equipamiento hogareño. Y si se remarca la experiencia es porque además ir al cine no es solo ver una película, sino también salir del hogar (una necesidad que difícilmente pueda ser suprimida). (p. 13)

De hecho, como el factor de la compañía de otras personas sigue siendo notablemente valioso a la hora del consumo cinematográfico, una de las últimas incorporaciones de Netflix es la modalidad “Netflix Party”. Esta consiste en una extensión del navegador web Chrome que

---

<sup>3</sup> Más información en <https://www.arsat.com.ar/5-a%C3%B1os-de-cinear-play-sello-distintivo-de-arsat-y-el-incaa>

se utiliza para ver el contenido remotamente con otros usuarios en tiempo real, y en la que no solamente se sincroniza la serie o película con las personas elegidas, sino que, además, se agrega un chat grupal para que los usuarios comenten y opinen sobre lo que están viendo. En ese sentido, y en vinculación con lo expuesto anteriormente sobre espacio público, resulta interesante el aporte del urbanista catalán Jordi Borja (2012), quien sostiene que actualmente Internet en sí mismo puede ser pensado como un espacio público. Esto se debe a que, según Borja, la conexión y la navegación les permiten a las personas relacionarse con otras y producir “formas de sociabilidad nueva que pueden asemejarse a las formas de sociabilidad que se generan en la sociedad físicamente” (p. 5).

### 1.3 Salas de cine como consumo cultural

*Si bien el cine es arte e industria,  
es también comunicación, y como tal,  
un derecho humano fundamental.*<sup>4</sup>

— Alfonso Gumucio Dagron (2014, p.70)

#### 1.3.1 Cultura y construcción de subjetividad, identidad y ciudadanía

Para Raymond Williams (1994), la cultura es un sistema significativo “esencialmente implicado en todas las formas de actividad social” a través del cual necesariamente un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga (p.13). Williams (1997) habla de la significación como una actividad material práctica, concibiéndola como “la creación social de significados mediante el uso de signos formales” (p. 51), por lo cual, para analizar la cultura, el autor propone abordarla como un “sistema organizado de prácticas, significados y valores” (1994, p. 196). En el presente trabajo se utilizan los conceptos *valoraciones* y *sentidos* para hacer referencia a los “significados” y “valores” a los que alude Williams.

Desde una perspectiva latinoamericana, Néstor García Canclini (1996) define a la cultura como el conjunto de actos y discursos donde se elabora la significación de las estructuras sociales y la entiende como parte de los procesos simbólicos que contribuyen a la reproducción y transformación de las sociedades (p. 16). Por su parte, Washington Uranga (2007) concibe a

---

<sup>4</sup> Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948. Inciso 1: Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

la cultura como “un principio organizador de la experiencia, mediante el cual los sujetos ordenan y estructuran sus acciones a partir del lugar que ocupan en las redes sociales” (p. 11).

Tal como afirma Uranga:

... los sujetos se constituyen individual y colectivamente enmarcados en un determinado universo simbólico, una trama discursiva en la que ciertos sentidos institucionalizados aparecen operando en la forma del ser y actuar social. Por tanto, se hace preciso adoptar una concepción del sujeto en relación con los discursos que éste construye y que lo construyen. (2007, p. 12)

Al establecer al cine como bien cultural, y centrar esta investigación específicamente en su consumo, conviene precisar que, si bien en cierta forma todo consumo es cultural, la diferencia con el resto de los bienes de consumo es que el valor cultural, simbólico o estético del bien predomina por sobre su valor utilitario o mercantilista (García Canclini, 1999, p. 42). En este sentido, es pertinente citar a Ana Rosas Mantecón (2009a), quien profundiza sobre el consumo cultural y lo concibe como un acto de pensamiento, elecciones y reelaboración del sentido social y no como una actividad lujosa y superficial, confinada al espacio de ocio, al tiempo libre o a la evasión alienante. Dice la autora:

Al consumir nos relacionamos directamente con una oferta cultural buscando entretenimiento, información, una experiencia estética, etc., pero al mismo tiempo satisfacemos otras necesidades –de identificación grupal, regional, nacional o global; de sociabilidad, de búsqueda de un espacio propio, de independencia, de distinción, apropiación del espacio público, participación política, de inclusión social, etc.– las cuales, no obstante que no siempre son conscientes, pueden llegar a ser de mayor relevancia que la relación con la oferta cultural específica. (2009a, p. 94)

En la misma línea, Quintar y Borello (2014) sostienen:

Si en el pasado la identidad de las personas estaba muy ligada a sus trabajos, en la actualidad ésta aparece crecientemente conectada al desarrollo de estilos de vida que van de la mano del consumo y del uso de ciertos bienes y servicios. (p. 86)

A partir de tales aportes, se puede postular que el cine como espacio público y como práctica social, forja identidad y ciudadanía y contribuye en la construcción de la subjetividad individual y colectiva. Antes de continuar, sin embargo, cabe aclarar que la noción de identidad que aquí se utiliza es la propuesta por Stuart Hall (2003), quien se refiere a ella como

... el punto de encuentro, el punto de sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan «interpelarnos», hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de «decirse». (p. 20)

El factor identitario del consumo cinematográfico es abordado por Leandro González (2016), quien observa que las singularidades que tenían las salas de mediados de siglo XX - como la arquitectura, la decoración e incluso los nombres- les proporcionaban una identidad definida. A partir de esa identidad, dice González, “el recuerdo de una película quedaba asociado directamente a la sala en la que la experiencia tuvo lugar” (p. 25). En contraposición, las nuevas salas (los complejos *multiplex*) tienen altos estándares de tecnología y confort, sin embargo, son muy similares entre sí y ofrecen el mismo tipo de experiencia, con lo cual, en cierta medida, el espectador se desentiende del territorio concreto en el que se despliega la práctica cinematográfica, haciendo que el espectáculo se abstraiga de lo local y se ancle en lo global. Dicho proceso de “desterritorialización”, en palabras de García Canclini (1989), significa la pérdida de la relación “natural” de la cultura con los territorios geográficos y sociales (p. 288). No obstante, según el autor, esa desterritorialización entra en tensión con procesos de “reterritorialización”, es decir, “relocalizaciones territoriales relativas, parciales, de las viejas y nuevas producciones simbólicas” (p. 288). Interesa, en este punto, resaltar la importancia de las fuerzas reterritorializantes que intentan contrarrestar los efectos de la globalización, buscando impulsar rituales y signos de identificación (p. 304) para poder ejercer contrapeso ante el avance extranjerizante.

De esta manera, si se entienden los consumos culturales como fundamentales en el desarrollo ciudadano individual y social, es decir, la cultura como un espacio clave en la formación de las naciones modernas (García Canclini, 1996, p. 16), se comprende la necesidad de la presencia del Estado en el campo de lo cinematográfico. A continuación se profundiza en el vínculo del cine con las entidades estatales, públicas y también comunitarias.

### 1.3.2 Acceso al cine: exclusión y democratización

De regreso a las nociones de cultura digital y de nuevas formas de consumo audiovisual, se hará foco ahora en un hecho significativo: quien no tenga acceso a Internet, quien carezca de un dispositivo capaz de reproducir contenido audiovisual o quien no posea alfabetización digital, quedará inevitablemente excluido de las nuevas posibilidades que traen las TIC que, finalmente, llevarán a la exclusión de la participación social. En palabras de Edgar Tello (2007), Internet representa la promesa del bienestar en distintos ámbitos del desarrollo, pero al mismo tiempo “constituye una herramienta al servicio de la homogeneización y hegemonía cultural que facilita la reproducción de las inequidades existentes” (p. 2).

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en el 2019 el 21,3% de los hogares del Gran Córdoba no poseía acceso a Internet, el 45,4% no contaba con computadora y el 15,4% de la población no tenía celular. Aparecen entonces, los conceptos de *brecha digital* y *brecha cognitiva* que implican la exclusión del “acceso a la información, la educación, la investigación científica, la diversidad cultural y la diversidad lingüística” (Kong Montoya, 2016, p. 122). A dichas brechas hay que sumarle, además, la existencia e imposición de un discurso cinematográfico hegemónico a nivel global que extiende sus cosmovisiones del mundo a través de los grandes productores de cine, las *majors*, en su gran mayoría estadounidenses. Tal como señalan Fernández del Castro y Aparicio González (2014), el cine que consumimos casi nunca incluye miradas heterogéneas y tampoco se compromete con la realidad social, sino que responde a un modelo de consumo rápido y escapista de película de entretenimiento y de gran factura técnica (p. 94).

Al comprender que las plataformas digitales no son simplemente depósitos que ofrecen contenidos inocentemente, sino formas culturales complejas que, a través de sus algoritmos y sus jerarquizaciones de contenido, moldean (o intentan moldear) el consumo de los usuarios (Enfoque Consumos Culturales, 2020, p. 7), resulta necesario democratizar el acceso al cine y resignificar sus discursos, multiplicándolo en pluralidad de voces. En esa línea, Fernández del Castro y Aparicio González (2014) sostienen:

Reconociendo, por tanto, la poderosa actividad del cine como conformador de imaginarios colectivos, parece conveniente apostar por una nueva diversificación de sus mensajes, para (re)insertarlos en las pedagogías públicas. Será una saludable forma de re(pensar) todas las esferas de la vida y contribuir a unas formas de ver (individuales y colectivas) y actuar en el

mundo más críticas, más allá de los discursos únicos (entretenimiento light, superhéroes salvadores de la Tierra) y evasivos (comedias ligeras, cuentos amables, aventuras exóticas). (p. 94)

Los autores resaltan la importancia de que los poderes públicos y la sociedad civil organizada recuperen redes de distribución y exhibición autónomas “que permitan crear espacios en cada ciudad, en cada institución cultural y educativa, para recuperar la diversidad de los mensajes audiovisuales y ensayar, desde la controversia, miradas críticas capaces de decodificarlos” (2014, p. 92). En ese sentido, esta investigación propone pensar la socialización del acceso al cine a partir de no solo la democratización de sus contenidos, sino de la reivindicación de su consumo colectivo en espacios públicos. Tal como asegura Javier Paisano (2013): “hay que crear cines públicos en cada ciudad que permitan que el espectador pueda ver el cine que se ha hecho pensando en él, no en su dinero” (p. 7).

Con enfoques semejantes, algunas organizaciones comunitarias, públicas y estatales producen y exhiben cine local, independiente y/o alternativo que se diferencia del cine industrial-comercial principalmente por sus modos de producción y porque se orienta al sector social al que pertenece el grupo que lo produce y no al mercado nacional o internacional (Barnes y Quintar, 2016). Uno de los más claros ejemplos de cine alternativo producido por comunidades organizadas que ponen el eje en la reivindicación de derechos, y especialmente, en el derecho a la comunicación, es el cine comunitario:

El cine y audiovisual comunitarios son expresión de comunicación, expresión artística y expresión política. Nace en la mayoría de los casos de la necesidad de comunicar sin intermediarios, de hacerlo en un lenguaje propio que no ha sido predeterminado por otros ya existentes, y pretende cumplir en la sociedad la función de representar políticamente a colectividades marginadas, poco representadas o ignoradas. (Gumucio Dagron, 2014, p. 18)

Por otro lado, además de las iniciativas de base que -al verse sistemáticamente excluidas de la agenda mediática o el discurso fílmico hegemónico- reclaman la inclusión de sus voces e imágenes, desde el ámbito de lo público y lo estatal también se trabaja y se ha trabajado para democratizar el acceso al cine. A partir de la llegada del cine a la Argentina, su vínculo con el Estado fue cambiando con los años. Hubo épocas de desregulación y abandono estatal, pero también épocas en las que desde el sector oficial se llevaron a cabo políticas activas para

incentivar la industria cinematográfica nacional. A continuación se destacan algunos momentos importantes.

En 1933 la Ley 11 723 contempló la creación del Instituto Cinematográfico Argentino destinado a “fomentar el arte y la industria cinematográfica nacional, la educación general y la propaganda del país en el exterior, mediante la producción de películas para el instituto y terceros”<sup>5</sup>. Durante esos años, el discurso nacionalista buscaba transformar el entretenimiento popular en un instrumento para transmitir versiones oficiales de la historia nacional y de las instituciones militares. Por eso, y por el miedo a la infiltración de ideas comunistas, una de las medidas fue la puesta en marcha de salas en el país (Stacco, 2019, p. 22).

En 1944, ante el avance de las producciones extranjeras, Juan Domingo Perón dictó el Decreto 21 344 que obligaba a todas las salas del país a proyectar películas argentinas<sup>6</sup> y en 1947, a partir de la sanción de la Ley 12 999 se afianzó un nuevo sistema jurídico para el cine argentino que incorporó modificaciones en las salas y en los períodos de exhibición (Stacco, 2019, p. 22). Con el golpe militar de 1955 los estímulos estatales quedaron suspendidos. Si bien, como expone Stacco (2019) con el regreso a la democracia a comienzos de los 70 se fomentó nuevamente la industria cinematográfica nacional, con la llegada de la última dictadura militar la asistencia a salas cayó rotundamente y se instauró la censura, la persecución y el exilio de profesionales vinculados al cine. Durante los gobiernos menemistas, la distribución y la exhibición fueron los puntos más débiles de la industria de cine debido a la ausencia del Estado y la fuerte concentración en el sector (p. 23).

Desde principios de los 2000 y hasta la actualidad, el INCAA funciona como ente público no estatal del ámbito del Ministerio de Cultura de la Nación Argentina y se encarga de fomentar y regular la actividad cinematográfica nacional, dentro del país y en el exterior.<sup>7</sup> Lleva a cabo diversos proyectos, otorga subsidios y posee varios programas. En 2004, con la cuota de pantalla dispuesta en la Resolución 2016, se estableció la cantidad mínima de películas argentinas que debían exhibirse obligatoriamente en cada sala del país. También en ese año se creó Espacios INCAA, uno de los programas del Instituto que, junto con organismos municipales, provinciales o del tercer sector, inaugura o reabre salas de cine, brindando

---

<sup>5</sup>Ley 11 723 - Régimen Legal de la Propiedad Intelectual - Art 69 - inciso D)

<sup>6</sup> Más información en la página: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=226313>

<sup>7</sup> Ley 17 741. Ley de fomento de la actividad cinematográfica nacional. Art 1



asesoramiento técnico y equipamiento. Ofrece programación mensual, planificación de actividades especiales y difusión de prensa.

Sus principales objetivos son:

- Garantizar la exhibición de las producciones cinematográficas argentinas, incluidas las de estreno comercial, paso digital o menores y cortometrajes en todo el territorio nacional.
- Recuperar el cine como un emprendimiento comercial y cultural.
- Formar espectadores críticos.
- Socializar el acceso al cine.
- Recuperar el cine como un espacio social de esparcimiento, formación de identidad nacional, respeto por la diversidad y promoción cultural.
- Facilitar el encuentro del realizador audiovisual y el público. (INCAA, s.f)

Durante la pandemia de 2020, ante la imposibilidad de estrenar películas en salas cinematográficas en virtud del cierre de las mismas por el aislamiento social, preventivo y obligatorio, el INCAA anunció mediante la Resolución 166/2020 la creación del “Programa de estrenos nacionales durante la emergencia sanitaria”, que permite que los estrenos programados mantengan sus fechas originales y puedan verse de manera gratuita durante su primera semana de lanzamiento en CINE.AR y CINE.AR Play.

### **1.3.3 Salas de cine: historia a nivel nacional y local**

En Argentina, la cantidad de salas y pantallas de cine y su localización geográfica son el producto de un proceso histórico expansivo. Como se mencionaba previamente, en 1933 el país contaba con 2161 cines. Uno de ellos fue el Cine Rivadavia, fundado en la localidad cordobesa de Unquillo en 1928 por la familia Ramé. Por aquel entonces, dicho cine funcionaba como un espacio de reunión privilegiado para la comunidad de Unquillo que, en esas primeras décadas del siglo XX, se desarrollaba turísticamente. La sala se utilizaba para la realización de bailes, espectáculos musicales y actos de las instituciones educativas de la localidad, pero su principal uso era la proyección de películas. Esto permitía el acceso de la población local a la producción cinematográfica; A su vez posibilitaba la recreación, y facilitaba el encuentro entre lugareños y turistas, transformándose en un referente de la oferta cultural de la región.

A nivel nacional, el momento de máximo esplendor de los cines fue en la década de los 50 con un récord de 2308 salas distribuidas en los grandes centros urbanos y en los pueblos de todo el país. En 1966 el Cine Rivadavia fue remodelado y reinauguró con el nombre de Nuevo Cine Rivadavia, convirtiéndose en una de las mejores salas de la región. Sin embargo, la tendencia nacional de expansión de salas se revirtió durante esos años y la cantidad de cines disminuyó hasta llegar a 1612 salas en 1970, y a menos de mil en 1980. Este proceso, como se trató en los apartados anteriores, fue de la mano de la masificación de la televisión y la modificación de las pautas de consumo de los bienes culturales. El impacto de tal proceso fue negativo y el cierre de salas se profundizó de tal manera que alcanzó el piso mínimo en 1994, cuando el país contaba con apenas 427 salas. Las más afectadas fueron, lógicamente, las salas barriales. De hecho, en Unquillo el Nuevo Cine Rivadavia cerró sus puertas en 1991. A mediados de la década de los 90, con el ingreso al mercado argentino de grandes cadenas transnacionales de exhibición, se reactivó la actividad de las salas de cine, pero se acentuó el proceso de concentración en las grandes ciudades. El nuevo modelo de negocio que se impuso (complejos *multiplex*, generalmente ubicados en los shoppings de las principales áreas metropolitanas) implicó el crecimiento de la cantidad de pantallas, que hasta ese momento se encontraba en caída, pero no necesariamente el aumento de salas. Por su parte, los pobladores de Unquillo debían trasladarse a la ciudad de Córdoba para acceder al consumo de cine, teatro, música, danza, etc. Esto dejaba una amplia franja de excluidos del sistema cultura-arte-recreación-educación y tampoco los artistas locales contaban con espacios para mostrar sus propuestas.

En 2008, la Municipalidad de Unquillo, a través de su Dirección de Cultura y Educación y con el apoyo del INCAA, reabrió la sala como Cine Teatro Municipal Rivadavia- Espacio INCAA km 725, hoy más comúnmente llamado “Cine Teatro Municipal de Unquillo”.

⇒ Volver al índice

Capítulo 2

# **MARCO REFERENCIAL**

## 2 - MARCO REFERENCIAL

### 2.1 Unquillo y el Cine Teatro Municipal

Unquillo es una ciudad argentina ubicada a 26 km de la ciudad de Córdoba, dentro del departamento Colón, en los faldeos de las Sierras Chicas. Limita al norte con Río Ceballos, al sur con Mendiolaza, al suroeste con Saldán, al este con la Ruta Provincial E-53 y al oeste con monte que va aumentando en altura hasta llegar a las cumbres de las Sierras Chicas. Compuesta por 35 barrios, según el Censo Nacional del 2010, Unquillo contaba con 5395 hogares y 18483 habitantes (8983 hombres, 9500 mujeres) y se estima que el crecimiento de la zona para el 2020 ha sido del 34%. Posee un nivel socioeconómico medio-bajo, con un porcentaje de desempleo alto en comparación con otras localidades satélite del aglomerado urbano del Gran Córdoba. Si bien no se registran formalmente datos actualizados, según estimaciones del propio Municipio, un 30% de habitantes (aproximadamente 7500 personas) no posee trabajo (Plan Estratégico Territorial Unquillo, 2018, p. 62).

Aunque su denominación se oficializó en 1913, el nombre Unquillo se usa desde 1825 cuando la localidad formaba parte, junto a sus vecinas Mendiolaza y Villa Allende, de una vasta extensión de tierras llamada Estancia Retiro del Rosario. Durante el siglo XX, en Unquillo se fueron desarrollando la agricultura, el turismo, la minería, la industria y el crecimiento de la administración pública. La impronta comercial se la dieron principalmente los inmigrantes italianos, españoles y sirio libaneses. Uno de ellos fue Felipe Ramé, dueño de un almacén de ramos generales, que soñaba con llevar el cine al pueblo en el que habitaba. Para ello, se propuso ahorrar dinero y en 1926 comenzó a cavar cimientos y levantar paredes en su terreno. Hizo un salón con largos muros paralelos a la ruta y en 1928 abrió las puertas del Cine Rivadavia. Cuando Felipe Ramé falleció, dos de sus hijos tomaron la posta y en la década del 60 renombraron la sala; cambiaron, mejoraron y agregaron butacas; renovaron los equipos; eliminaron los balcones para ganar espacio y comodidad; levantaron las baldosas, hicieron el declive del piso y lo entablaron. Luego de su apogeo en los 70 y principios de los 80, comenzó el ocaso. El 25 de agosto de 1991 los Ramé dieron por terminado el ciclo del Nuevo Cine Rivadavia, luego de que solo tres personas asistieran a la proyección de *Sedución de dos Lunas* (King, 1988). No obstante, la familia decidió rechazar las ofertas de compra y conservar la sala, tal como explica Cristina, nieta de Felipe Ramé:

Es parte de mí. No me imagino vendiendo esto. Tengo un hijo y también es parte de su futuro. En algún momento cuando mi papá cerró el cine porque no venía gente, bueno, vino una Iglesia y se lo alquiló. Hubo alguna vez una intención de querer comprarlo y la respuesta fue no. Y si volviera a existir esa pregunta diría que no, la respuesta sigue siendo no. No me imagino desprendiéndome de eso.<sup>8</sup>

De acuerdo con Marcos Gabriel Rodríguez (2013), a partir de la década del 90 comenzó a consolidarse el proceso de urbanización de Unquillo -que había comenzado con la construcción de la Ruta Provincial E-57-, en gran medida gracias a la migración de habitantes de la ciudad de Córdoba, que le dio luego la característica de *ciudad dormitorio*.<sup>9</sup> Gracias a la belleza de sus paisajes, la comodidad en sus vías de acceso y el precio del mercado inmobiliario, entre otros factores, Unquillo se ha convertido en un lugar elegido para el descanso temporal y/o permanente, que manifiesta un continuo aumento en sus índices de crecimiento. Sin embargo, en lo que refiere a obra pública, está lejos de ser una ciudad desarrollada. Dentro de ese marco se puede mencionar la falta de antenas e infraestructura por parte de las empresas de comunicaciones, que hacen que la calidad del servicio de Internet, cable y telefonía celular sea baja.

Además, si bien Unquillo fue declarada ciudad en 1995 -aunque ya desde 1939 era municipio- su esencia de pueblo todavía predomina en algunos aspectos. La mayoría de los comercios cierran durante el horario de la siesta, por ejemplo, y también son cotidianas las interacciones y charlas entre vecinos en la vía pública, dentro de los locales comerciales, en las paradas de colectivo o mientras realizan trámites bancarios y municipales. Cabe aclarar que a pesar de que el término “vecino” es muchas veces usado para quitarle la carga política al de “ciudadano”, se utiliza en este trabajo con el fin de resaltar los lazos afectivos y de proximidad geográfica que tienen los unquillenses con la sala de cine local. En tal sentido, el CTMU responde fielmente a la naturaleza del pueblo y, según Cristina Ramé, ese fue un aspecto fundamental en sus primeras épocas:

... el cine siempre fue en el pueblo un lugar sociológicamente importante. El único lugar de encuentro de la gente del pueblo [...] antes venía la gente, te dejaba a los chicos, se iban, te decían

---

<sup>8</sup> Fragmento de entrevista realizada a Cristina Ramé disponible en el capítulo de Anexos

<sup>9</sup> Concepto que refiere al resultado del proceso en el que las personas que buscan alejarse de la vorágine urbana se instalan en ciudades ubicadas a distancias accesibles de alguna urbe importante, lo que les permite continuar con sus actividades laborales dentro de la gran ciudad.

“ya vengo a buscarlos”. Cuidábamos chicos, parecíamos una guardería además de un cine, pero así se hizo el cine.<sup>10</sup>

### 2.1.1 Pueblo de Artistas

*Después de París, Unquillo*

— Lino Enea Spilimbergo

No solo por la cantidad de personas dedicadas al arte que viven actualmente en Unquillo, sino por las importantes figuras que a lo largo de los años han elegido instalarse en la ciudad, es que se la conoce como “Pueblo de Artistas”. Para explicar brevemente la razón de tal eslogan, es pertinente mencionar algunos datos en relación con las diferentes disciplinas artísticas desarrolladas localmente y algunas de sus personalidades más emblemáticas.

Dentro de las artes visuales se destacan los nombres de Lino Enea Spilimbergo, Eugenio Rivolta, Guido Buffo, Carlos Alonzo, Álvaro Izurieta y Raúl Díaz, como parte de los numerosos pintores que vivieron y viven en Unquillo. El dibujo y el grabado también poseen importantes representantes locales, y el gran desarrollo de la escultura se ve plasmado en la realización anual, desde 2005, del Simposio Internacional de Escultura. También habitan en la ciudad muchos ceramistas, bordadores y artistas textiles. La tradición local de la música y la danza, por su parte, está fuertemente arraigada en lo folclórico con más de 60 años del Festival de Doma y Folclore del barrio de Cabana, además de fiestas barriales y carnavales. Los famosos Corsos de Unquillo ya llevan 82 ediciones, y la Estudiantina -la fiesta de los estudiantes que consiste en encuentros deportivos y artísticos entre todos los colegios secundarios de la ciudad- es un clásico que promueve, entre otras actividades, presentaciones de murga y creaciones de coreografías, murales y cortos audiovisuales. Representantes unquillenses del folclore son Edmundo Cartos, Gerardo López, Julio Paz y Rally Barrionuevo, por citar algunos. Además, hay numerosas agrupaciones, elencos y academias no solo folclóricas, sino también de música y danza afro. En cuanto a las letras, Saúl Taborda, Ulyses Petit de Murat, Vicente Barbieri, y más actuales, Cristina Bajo, María Teresa Andruetto y Eugenia Almeida son algunos de los personajes ilustres de la ciudad. Dentro del teatro, grandes actores de la escena provincial eligen

---

<sup>10</sup> Fragmento de entrevista realizada a Cristina Ramé disponible en el capítulo de Anexos

Unquillo como su hogar: integrantes de la Comedia Cordobesa, docentes universitarios e incluso Elena Cerrada, la directora del Seminario Jolie Libois.

Específicamente, en lo que concierne a esta investigación, el campo cinematográfico y audiovisual de Unquillo no solo posee la notoria referencia del histórico cine-teatro, sino que ha albergado a algunos importantes nombres como Quirino Cristiani -pionero del cine de animación- y Edmundo Guibourg -crítico teatral, periodista, guionista y director de cine- quien, en su casa del barrio de Cabana, solía recibir a artistas como Tita Merello, Luis Sandrini, Malvina Pastorino, Luisa Vehil, Raúl de la Torre, entre otros. Guibourg filmó en Unquillo durante 1938 la película *Bodas de Sangre* en la que participaron los unquillenses Pedro Imbarrata y Luisa Scurti. Además, a partir de 2008, con la apertura del Espacio Incaa km 725 en el CTMU, se formó el grupo Cine Comunitario Unquillo (que exhibe películas en el CTMU de manera libre y gratuita e invita a los espectadores a debates posteriores). Se rodaron cortos en el marco de los talleres propuestos por la Fundación Cine con Vecinos, se realizó una Muestra de Cine Cordobés, y en 2019 se instaló, a través de un acuerdo entre la Municipalidad de Unquillo y el gobierno provincial, la sede del Polo Audiovisual Córdoba: el Centro de Producción de Animación Quirino Cristiani. El CPA Unquillo, como se lo conoce, funciona como un espacio de trabajo compartido que nuclea a varias productoras cordobesas y está ubicado en la tradicional Casona Municipal Villa Adelina del barrio Forchieri. Es sede de festivales, talleres y seminarios de renombre internacional y algunas de las personas que trabajan ahí viven también en Unquillo. Pero, además del CTMU y el CPA, la ciudad posee varios espacios dedicados a la cultura. A continuación se enumeran algunos.

Desde la Dirección de Cultura y Turismo municipal se gestionan: 1) **Casa de la Cultura:** sede de actividades y talleres culturales en la que ensayan los elencos estables municipales (coros, banda, teatro y murga); 2) **Museo de la Ciudad:** Antigua Estación de trenes de Unquillo, que alberga las memorias de la ciudad y en la que se desarrollan talleres culturales, presentaciones y muestras; 3) **Casa Museo Lino Spilimbergo:** residencia de Lino Enea Spilimbergo desde 1952. Conserva materiales y herramientas originales del maestro y funciona también como sede de muestras, encuentros y proyectos artísticos; 4) **Casa Museo y Centro Cultural Rivolta:** hogar de la familia de Rivolta desde 1945, que conserva el atelier original de Eugenio Rivolta. Realiza exhibiciones de la familia y artistas locales de diferentes disciplinas; 5) **Casa Museo y Capilla Buffo:** casa donde se guardan pertenencias, documentos

y obras de la familia Buffo, y en la que se encuentran la capilla y la cripta familiar, síntesis de investigaciones científicas y artísticas de Guido Buffo.

Además, distintos colectivos de artistas locales y agrupaciones de vecinos fundaron y dirigen los siguientes espacios: 1) **Museo de Arte Contemporáneo Unquillo (MACU)**: espacio pensado para el desarrollo de artes visuales en el que se realizan exposiciones, visitas y muestras; 2) **Tinku Wasi RuKa Xawun - Casa de Encuentro de los Pueblos Originarios**: centro cultural dedicado al rescate, preservación y difusión del patrimonio de las culturas originarias argentinas, en el que se encuentran piezas de arte y artefactos arqueológicos; 3) **Biblioteca Popular Sarmiento**: cuenta con más de 30 mil libros y ofrece actividades de diversas disciplinas artísticas; 4) **Biblioteca Popular Cawana**: lugar de encuentro comunitario vecinal que además del préstamo de libros, realiza apoyo escolar, actividades culturales y de extensión bibliotecaria; 5) **Escuela Popular de Arte (EPA!)**: espacio que dicta talleres artísticos a la gorra, nacido en 2010 a partir del presupuesto participativo municipal que la financiaba. En 2015 dejó de recibir dicho aporte y, desde entonces, se mantiene de manera independiente en el Centro Cultural Casita Verde del barrio Alto Alegre.

Aunque es evidente que a lo largo del tiempo el lema local ha tenido continua correspondencia con la particularidad de la ciudad, nunca se lo había analizado en profundidad. Es por eso que, en mayo de 2020, con el objetivo de reunir información básica sobre la cantidad y las características de los hacedores de arte que habitan el “Pueblo de Artistas”, la Dirección de Cultura y Turismo de Unquillo realizó el Registro Municipal de Artistas Unquillenses (RAMU). El registro busca conocer nombre, edad, barrio, disciplina y actividad de artistas mayores de 16 años, residentes en la localidad, con el motivo de diseñar políticas culturales cercanas a la realidad local de Unquillo. La modalidad adoptada por la Municipalidad para llevar a cabo este registro fue virtual (a partir de la creación de un sitio web en el que las personas cargan la información) en gran parte debido a que, a raíz de la pandemia de COVID-19, los contactos presenciales quedaron relegados a trabajos y tareas esenciales, y las actividades culturales, entre otras, permanecieron en pausa.

## **2.2 La cultura frente a la pandemia**

Cuando la pandemia de COVID-19 apareció a nivel mundial, y particularmente cuando llegó a Argentina, poco se sabía sobre ella. No obstante, velozmente se la calificó como una de las mayores pandemias de los últimos 100 años y desde el comienzo tuvo consecuencias que



excedieron ampliamente el ámbito sanitario, provocando transformaciones en las relaciones interpersonales, las prácticas sociales de la vida cotidiana, la manera de vincularse con el entorno y el escenario económico y social. Si bien rápidamente, y a lo largo de los meses, se llevaron a cabo numerosas medidas públicas y privadas para mitigar sus impactos, la misma afectó de manera inmediata y directa a las industrias culturales, y mantuvo interrumpida gran parte de la vida social. Aunque es mucha la incertidumbre sobre el futuro con respecto a qué va a pasar de ahora en adelante, cuán permanente será la modalidad virtual de trabajo, educación y ocio, cómo será la “nueva normalidad” o cuáles serán las secuelas planetarias de la pandemia, existen varias y diversas opiniones que imaginan posibles escenarios. Sin intenciones de plantearlas en términos dicotómicos que reproduzcan la famosa “grieta” y entendiendo la complejidad de factores que las atraviesan, existe, sin embargo, cierto consenso en la creencia -por lo menos para el corto plazo- de que algunas prácticas socioculturales no retornarán, y si lo hacen, será de manera profundamente modificada. Por otro lado, no son pocos quienes sostienen que los consumos culturales volverán a su forma habitual cuando desaparezca la situación de reclusión y de peligro.

En esa dirección, Ezequiel Rivero, magíster en Industrias Culturales y becario doctoral del CONICET (2020) argumenta que en circunstancias extraordinarias hay actividades paranormales en materia de consumo y niega la idea de que la realidad virtual y aumentada pueda reemplazar la experiencia corporal. Así, se posiciona en contra de quienes entienden la mediatización digital de las sociedades, a causa de la pandemia, como la antesala de un “mundo nuevo”. Agustín Espada, también becario del CONICET, magister en Industrias Culturales y doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (2020), mantiene una postura similar. Espada explica que, durante la pandemia y la cuarentena, los sujetos recurren a las plataformas audiovisuales o redes sociales y a los medios tradicionales porque los consumos se focalizan fuertemente en entretenimiento e información, respectivamente. Como los medios de comunicación son industrias que requieren la atención de los espectadores para funcionar, es lógico que recobren fuerza en una situación en la que las personas cuentan con más tiempo y menos actividades de lo normal. No obstante, si bien la televisión, el diario y la radio recuperaron un lugar que venían perdiendo en los últimos años, según Espada (2000), las formas de consumir volverán a cómo eran antes de la pandemia conforme se vaya flexibilizando la situación de distanciamiento social. Esto se debe a que los hábitos de consumo están muy atados a las rutinas, y en función de eso, se acomodan o desacomodan.

En particular, el presente trabajo se vio atravesado, en su totalidad, por el aislamiento social, la cancelación de actividades y eventos, y el cierre temporal de espacios culturales. Evidentemente, esta investigación, que había comenzado a realizarse poco antes de la llegada del COVID-19, tuvo que ser replanteada. El nuevo escenario implicaba un CTMU cerrado al público, sin fecha ni protocolo de reapertura, y una aceleración y profundización masiva de nuevos hábitos de consumo audiovisual a nivel mundial. Sin embargo, es pertinente insistir sobre el dinamismo que caracteriza al contexto actual y pensar este estudio como la captura de “una foto” o -si vale el juego de palabras intencional- “24 cuadros” de un momento indudablemente cambiante.

⇒ [Volver al índice](#)

Capítulo 3

# MARCO METODOLÓGICO

## **3 - MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Enfoque y Alcance**

La presente investigación busca comprender las valoraciones y los sentidos de quienes hacen el CTMU sobre el rol sociocultural del mismo ante los nuevos modos de consumo audiovisual de la cultura digital y la modificación de prácticas sociales a raíz de la pandemia de COVID-19. Para esto adopta un enfoque cualitativo.

En las investigaciones cualitativas, según Hernández Sampieri et al. (2010), “la meta está puesta en describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes” (p. 11). En este caso, como el foco se pone en las reflexiones de las personas vinculadas -en su labor- al CTMU, la investigación cualitativa resulta adecuada ya que “proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas” (p.17).

Dicha estrategia teórica-metodológica resulta novedosa, debido a que el tema del presente trabajo es comúnmente abordado desde la perspectiva cuantitativa. A saber, no es difícil encontrar información, estadísticas o datos numéricos sobre el aumento de los usuarios en plataformas digitales de contenido audiovisual, sobre la disminución de entradas vendidas en salas de cine o sobre la cantidad de salas que cierran. A su vez, los estudios cualitativos sobre cine en la Argentina generalmente se centran en las películas, los directores o los aspectos estéticos del texto fílmico, dejando de lado el plano de la exhibición y el consumo. Además, en el CTMU no se registran antecedentes de investigaciones semejantes y el contexto actual, al estar atravesado por una pandemia mundial, se vuelve inédito y excepcional. Por tales motivos, el alcance del presente estudio es exploratorio. De acuerdo con Hernández Sampieri et. al (2010), los estudios exploratorios se realizan “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes... o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas” (p. 79).

### **3.2 Población y muestra**

Los autores citados explican:

... en los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Nos conciernen casos (participantes, personas, organizaciones, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación. (Hernández Sampieri, et. al. 2010, p. 394)

Es por eso que, en esta investigación de muestreo no probabilístico, la modalidad para la selección de los entrevistados es principalmente intencional. En este tipo de muestreo, se elige a los informantes bajo criterio de la investigadora según lo que se cree pueden aportar al estudio y con el objetivo de “ampliar el abanico y rango de los datos tanto como sea posible, a fin de obtener la máxima información de las múltiples realidades que pueden ser descubiertas” (Anguera Argilaga, 1999, p. 20). Se utiliza, además, la muestra de expertos. Esta, tampoco es representativa de la población o tema en cuestión, pero según Hernández Sampieri et. al (2010), se suele implementar en estudios cualitativos y exploratorios porque puede proporcionar información de mayor calidad (p. 397).

De esta manera, en este abordaje no es relevante la cantidad, sino la composición adecuada del grupo de personas entrevistadas, dado que un mayor número de las mismas no supone mayor o mejor información, en términos de conocimientos nuevos. Lo que surge entonces, en relación al tamaño de la muestra, es la pregunta *¿cuántas personas son suficientes?*

Muchas veces se aplica el principio de “saturación de categorías” o “estrategia de saturación” a partir de la cual la muestra final se conoce cuando las unidades que van adicionándose no aportan información o datos novedosos. Es decir, se supone que se ha llegado a determinado punto de saturación cuando empieza a repetirse la información con cada nueva entrevista. Sin embargo, debido al alcance exploratorio y a los recursos disponibles para analizar los datos, la presente investigación se guía menos por una estrategia de saturación que por lo propuesto por Carolina Martínez-Salgado (2012), quien explica:

... si la indagación cualitativa se ocupa de la experiencia humana en toda su complejidad, y si se admite que su práctica es un procedimiento de curso altamente incierto, no habría ningún momento en el cual una búsqueda atenta y abierta dejara de encontrar elementos nuevos y relevantes sobre el tópico

en estudio [...] No habría, entonces, punto de saturación. Ante esta objeción, una muy práctica sugerencia ofrecida por Mayan es que el investigador debe continuar indagando no hasta el punto de una quizá inalcanzable saturación, sino hasta el momento en el que considere que puede decir algo importante y novedoso sobre el fenómeno que lo ocupa. Llegado ahí, seguramente lo que tendrá para decir no va a ser todo, ni tampoco lo único, ni lo último que pueda decirse al respecto. Pero si logra plantear algo relevante, convincente o problematizador, podrá considerar colmado su esfuerzo. (p. 617)

Así, las unidades de análisis abordadas y los criterios que contemplan las muestras son:

- **Unidad de análisis 1: Personas que trabajan en el CTMU**

Integrada por personas que trabajan en CTMU desarrollando tareas relacionadas directamente con la experiencia cinematográfica. Cabe aclarar que en este caso particular, la muestra agota la totalidad de la población debido a que la institución solo cuenta con tres empleados: un responsable de la sala, un encargado de la boletería y un encargado administrativo.<sup>11</sup> Constituyen testimonios clave ya que son, en gran medida, los responsables de la experiencia que viven las personas cuando asisten al CTMU (no solamente el visionado de películas, sino el antes y después: las interacciones entre vecinos, los comentarios, los comportamientos dentro y fuera de la sala, etc.) además de incidir en el armado de la programación. Los entrevistados son:

- Roland Santana: encargado del CTMU.
- Néstor Barreau: a cargo de la venta de entradas.
- Guillermo Lavayen: a cargo del área administrativa.

- **Unidad de análisis 2: Personas que trabajan en la Dirección de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Unquillo**

Compuesta por empleados de la Dirección de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Unquillo. Aportan información valiosa acerca del lugar que ocupa el CTMU dentro de las políticas públicas que desarrollan, debido a que son responsables de financiar el alquiler de la sala, los servicios de agua, gas y electricidad y el sueldo de los trabajadores. Además, coordinan algunas actividades culturales que suceden en la institución y, junto con el área de

---

<sup>11</sup> Se excluye, en este sentido, a la persona encargada de la limpieza del espacio.

Comunicación Institucional, realizan las piezas comunicacionales que publica el CTMU. Los entrevistados son:

- Marcelo Ray: ex director de Cultura y Educación, ejercía el cargo en 2008 cuando se gestionó la reapertura del CMTU.
- Cecilia Galará: asistente general y productora de contenidos de la Dirección de Cultura y Turismo.

Es pertinente destacar que, dentro de esta unidad de análisis, se reconoce como clave el testimonio de la actual directora de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Unquillo, ya que es ella quien está a cargo del área. Frente al actual contexto en el que los espacios culturales se ven considerablemente impactados por la pandemia, su valoración del CTMU, su visión y su estrategia a futuro resultan indudablemente importantes. No obstante, su testimonio no forma parte de la investigación debido a que, luego de numerosos intentos de coordinación, reprogramaciones y cancelaciones de la entrevista, delegó la respuesta a Cecilia Galará, integrante de su equipo. A su vez, esta última solicitó el envío de un correo electrónico con la guía de preguntas y aceptó contestarlas únicamente a través de mensajes de audio de WhatsApp. Si bien está claro que ni la persona ni la forma de acceder al universo de sus significaciones son las ideales en relación a lo planteado en el presente marco metodológico, se decidió, cuando menos, contar con la palabra de alguien que represente la voz municipal actual.

- **Unidad de análisis 3: Personas que trabajan en el programa Espacios INCAA**

Formada por empleados del INCAA que trabajan en el Departamento de Programación Espacios INCAA y Gaumont, ubicado en el área Coordinación De Contenidos de Medios, dentro de la Subgerencia de Exhibición. No solamente envían el material audiovisual nacional que se proyecta en el CTMU y le proveen los equipos, sino que, a través de un convenio, delimitan los derechos y obligaciones de cada una de las partes intervinientes en el funcionamiento del espacio. Los entrevistados son:

- Ana Perera: jefa de Programación de Espacios INCAA.
- Lucas Vaimbrand: programador regional de Espacios INCAA - Región Centro.

- **Unidad de análisis 4: Personas expertas en el tema**

Compuesta por investigadores especializados en cine como práctica social, cine en salas, cines municipales, mediatización de consumos culturales y nuevos modos de consumo cinematográfico. El valor de sus testimonios radica en sus conocimientos teóricos y su

experiencia en la realización de investigaciones relacionadas con el tema del presente estudio.

Los entrevistados son:

- Ana Broitman: licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, docente, investigadora, periodista y editora.
- Leandro González: licenciado en Comunicación y magíster en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de General Sarmiento, docente e investigador.

### **3.3 Técnica de recolección de datos**

#### **3.3.1 Instrumento**

Hernández Sampieri et. al (2010), sostienen que la recolección de datos en investigaciones cualitativas busca conceptos, percepciones, creencias, emociones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas por los participantes (p. 409). Considerando que es una de las técnicas más apropiadas para acceder al universo de significaciones de los sujetos, en este estudio, se realizan entrevistas semiestructuradas focalizadas que delimitan núcleos de sentidos colectivos para poder dar cuenta de las valoraciones de quienes hacen el CTMU. La entrevista permite conectar prácticas y significados, captar la información experimentada y absorbida por el entrevistado, y capturar discursos particulares que remiten a otros significados sociales y generales (Merlinsky, 2006, p. 28). Conforme con esto último, la noción de discurso se entiende en la presente investigación como “significación inherente a toda organización social” (Buenfil Burgos, 1993, p. 4).

#### **3.3.2 Procedimientos**

En una primera aproximación al CTMU se realizó una entrevista exploratoria con un informante clave como es el encargado de la sala para luego poder establecer las variables de análisis y sus dimensiones. En vinculación con lineamientos del marco teórico se construyeron diferentes guías de entrevistas según las distintas unidades de análisis. Se contactó a los entrevistados y se coordinaron las entrevistas. Las conversaciones se realizaron entre noviembre de 2020 y enero de 2021, mayoritariamente a través de la plataforma Zoom.

Aunque se reconoce que la modalidad ideal para realizar las entrevistas es la presencial, ya que la investigadora puede valerse de la observación e interpretar discursos que no se limiten a lo hablado o escrito, el aislamiento social a raíz de la pandemia impidió tales encuentros, permitiendo como única posibilidad de recolección de datos la modalidad virtual. Si bien esta



última es mucho menos rica en lo que puede aportar al análisis complejo de las significaciones, presenta, sin embargo, la ventaja de superar las barreras geográficas, de modo que no resultó un obstáculo el hecho de que los entrevistados estuvieran en distintas ciudades y provincias. De hecho, la virtualidad facilitó, en la mayoría de los casos, la concreción de las entrevistas.

### **3.3.3 Definición de variables**

Las entrevistas se ordenan y clasifican en función de la identificación de valoraciones, sentidos particulares y creencias en torno a ciertos ejes planteados. Dichos ejes de análisis son: los objetivos del Programa Espacios INCAA, las características institucionales del CTMU y su rol sociocultural, y la comparación del consumo de cine en el CTMU y en plataformas digitales. Cada eje considerado se operacionaliza en distintas variables que se desglosan a su vez en diversos aspectos, de la siguiente manera:

#### **a) CTMU: características institucionales, rol sociocultural, impactos de la pandemia y posicionamiento a futuro**

- Cantidad de trabajadores y características de sus tareas.
- Cantidad de espectadores mensuales/anuales.
- Análisis institucional (valores, objetivos, metas, fortalezas y debilidades).
- Estrategias comunicacionales/publicitarias y de fidelización del público.
- Relación con el INCAA y con la Municipalidad de Unquillo (relevancia asignada al CTMU dentro de las responsabilidades de cada entidad: políticas, proyectos, actividades, etc.).
- Rol comunitario y alcance sociocultural (relación con otras instituciones locales y con el entorno urbano, vínculo con la comunidad, promoción de actividades artístico-culturales y préstamo o alquiler del espacio, construcción de conocimientos e historia propia, fomento de inclusión social, preservación de identidad arquitectónica, estética, etc.).
- Impactos de la pandemia y estrategias de supervivencia y retorno (protocolos, modificaciones, trabajo en red, contención institucional y actividades virtuales).

#### **b) Objetivos del Programa Espacios INCAA**

- Alcance nacional de las producciones cinematográficas argentinas.
- Socializar el acceso al cine.
- Sala de cine (emprendimiento comercial, cultural o espacio social de esparcimiento).

- Respeto por la diversidad y promoción cultural.
- Formación de identidad nacional.
- Formación de espectadores.
- Encuentro entre el realizador audiovisual y el público.

**c) Consumo audiovisual: comparación entre CTMU y nuevas plataformas digitales**

- Oferta espacio-temporal: consumo según programación en la sala o consumo de autoservicio.
- Sala de cine como ruptura espacial: el adentro y el afuera.
- Anclaje local *versus* anclaje global.
- Experiencias colectivas y subjetivas.
- Proximidad corporal dentro de la sala: miedos y protocolos sanitarios.

### **3.4 Guía de entrevistas**

A partir de estas variables, las guías de entrevistas para cada unidad de análisis son:

● **Guía de entrevista para la unidad de análisis 1:**

1. ¿Cuántas personas trabajan en el CTMU y cuáles son sus tareas?
2. ¿Cuáles son los días y horarios en que está abierto el CTMU? ¿Cómo describiría una jornada laboral típica?
3. ¿Se llevan estadísticas mensuales o anuales sobre la cantidad de espectadores? ¿Podría decirme cuántos espectadores anuales hubo en el 2019? ¿Se tiene un estimado del número para el 2021?
4. ¿Podría nombrarme el o los principales objetivos del CTMU? ¿Cuál es la razón de ser del CTMU, es decir, por qué hace lo que hace? ¿Cuáles son sus valores y sus metas ideales a futuro?
5. ¿Cuáles son las mayores fortalezas del CTMU?, ¿y sus mayores debilidades o amenazas?
6. ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales y/o publicitarias del CTMU?, ¿cómo fideliza a su público? ¿Quién o quiénes están a cargo del diseño e implementación de tales estrategias?
7. ¿Cuál es el vínculo del CTMU con la Municipalidad de Unquillo? Dentro de las políticas culturales de la Municipalidad ¿qué lugar cree que ocupa al CTMU?

8. ¿Cuál es la vinculación -si es que la hay- del CTMU con otras instituciones culturales locales? ¿y con el entorno urbano?
9. ¿Cuáles cree que son los aspectos arquitectónicos y estéticos del CTMU que le otorgan identidad? ¿Qué aspectos se preservan y cuáles se han modificado?
10. Si uno piensa en Unquillo hoy, ¿qué lugar cree que ocupa el CTMU en la identidad de la ciudad? ¿Cómo siente que fue cambiando ese lugar a lo largo de la historia?
11. ¿Cómo cree que contribuye el CTMU en el desarrollo cultural local? (vínculo con la comunidad, promoción de actividades artístico-culturales y préstamo/alquiler del espacio, transmisión de conocimientos e historia propia, etc.).
12. A nivel local, ¿cómo contribuye el CTMU en la inclusión social y la apropiación del espacio público?
13. ¿Cómo es la relación con el INCAA?
14. Uno de los objetivos del Programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine, ¿cómo cree que el CTMU contribuye con ese objetivo?
15. ¿Cómo se piensa al CTMU?, ¿como emprendimiento comercial, cultural o un espacio social de esparcimiento?
16. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural? ¿En qué sentido?
17. ¿Qué espacio se les da a las producciones argentinas en la programación? ¿Qué espacio se les da a las producciones extranjeras? ¿Cuáles son las que tienen mayor convocatoria?
18. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de espectadores? ¿En qué sentido?
19. ¿Cuán frecuentemente se da el encuentro entre el realizador o la realizadora audiovisual y el público? ¿Qué ocurre en esos encuentros?
20. ¿Considera una desventaja el hecho de que el cine ofrezca una programación específica en un determinado lugar ante la posibilidad de autoservicio y de construcción del propio espacio-tiempo que ofrecen ciertas plataformas digitales?
21. ¿Qué características de la experiencia cinematográfica de una sala no pueden ser imitadas en el consumo a través de plataformas online? ¿Siente que la sala de cine representa una ruptura con respecto a lo que acontece fuera de ella? ¿En qué sentido?
22. ¿Cuál cree que es la mayor diferencia entre ver una película de manera individual y verla colectivamente en una sala? ¿Qué importancia tiene esto?
23. ¿Qué lugar cree que ocupa la copresencia física y la proximidad corporal de los espectadores en una sala? ¿Qué impactos cree que tiene/tendrá la pandemia en este aspecto?

24. ¿Cuáles son las particularidades del CTMU que lo hacen “único” o especial? ¿Qué lo diferencia de otras salas de cine y qué cree que es lo que la gente más recuerda de ver películas en el CTMU?
25. ¿Cuáles son/fueron los impactos de la pandemia en el CTMU y qué panorama se espera a futuro? ¿Qué factores cree que incidirán en el volumen de la convocatoria?
26. ¿Cuáles serán las modificaciones y qué características o singularidades del CTMU se piensan como estrategias de supervivencia?

● **Guía de entrevista para la unidad de análisis 2:**

1. ¿Cuántas personas trabajan en el CTMU y cuáles son sus tareas?
2. ¿Cuáles son los días y horarios en que está abierto el CTMU?
3. ¿Se llevan estadísticas mensuales o anuales sobre la cantidad de espectadores? ¿Podría decirme cuántos espectadores anuales hubo en el 2019? ¿Se tiene un estimado del número para el 2021?
4. ¿Cuál cree que es el o los principales objetivos del CTMU? ¿Cuál es la razón de ser del CTMU, es decir, por qué hace lo que hace? ¿Cuáles piensa que son sus valores y sus metas ideales a futuro?
5. ¿Cuáles cree son las mayores fortalezas del CTMU?, ¿y sus mayores debilidades o amenazas?
6. ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales y/o publicitarias del CTMU?, ¿cómo fideliza a su público? ¿Quién o quiénes están a cargo del diseño e implementación de tales estrategias?
7. ¿Cuál es el vínculo del CTMU con la Municipalidad de Unquillo y de esta última con el INCAA? Dentro de las políticas culturales de la Municipalidad, ¿qué lugar ocupa al CTMU?
8. ¿Cuál es la vinculación -si es que la hay- del CTMU con otras instituciones culturales locales?, ¿y con el entorno urbano?
9. ¿Cuáles cree que son los aspectos arquitectónicos y estéticos del CTMU que le otorgan identidad? ¿Qué aspectos se preservan y cuáles se han modificado?
10. Si uno piensa en Unquillo hoy, ¿qué lugar cree que ocupa el CTMU en la identidad de la ciudad? ¿Cómo siente que fue cambiando ese lugar a lo largo de la historia?
11. ¿Cómo cree que contribuye el CTMU en el desarrollo cultural local? (vínculo con la comunidad, promoción de actividades artístico-culturales y préstamo/alquiler del espacio, transmisión de conocimientos e historia propia, etc.).

12. A nivel local, ¿cómo contribuye el CTMU en la inclusión social y la apropiación del espacio público?
13. Uno de los objetivos del Programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine, ¿cómo cree que el CTMU contribuye con ese objetivo?
14. ¿Cómo se piensa desde la Municipalidad al CTMU?, ¿como emprendimiento comercial, cultural o un espacio social de esparcimiento?
15. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural? ¿En qué sentido?
16. ¿Sabe qué espacio se les da a las producciones argentinas en la programación y qué espacio a las producciones extranjeras? ¿Cuáles cree que son las que tienen mayor convocatoria?
17. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de espectadores? ¿En qué sentido?
18. ¿Considera una desventaja el hecho de que el cine ofrezca una programación específica en un determinado lugar ante la posibilidad de autoservicio y de construcción del propio espacio-tiempo que ofrecen ciertas plataformas digitales?
19. ¿Qué características de la experiencia cinematográfica de una sala no pueden ser imitadas en el consumo a través de plataformas online? ¿Siente que la sala de cine representa una ruptura con respecto a lo que acontece fuera de ella? ¿En qué sentido?
20. ¿Cuál cree que es la mayor diferencia entre ver una película individualmente y verla colectivamente en una sala? ¿Qué importancia tiene esto?
21. ¿Qué lugar cree que ocupa la copresencia física y proximidad corporal de los espectadores en una sala? ¿Qué impactos cree que tiene/tendrá la pandemia en este aspecto?
22. ¿Cuáles son las particularidades del CTMU que lo hacen “único” o especial? ¿Qué lo diferencia de otras salas de cine y qué cree que es lo que la gente más recuerda de ver películas en el CTMU?
23. ¿Cuáles son/fueron los impactos de la pandemia en el CTMU y qué panorama cree que dará a futuro? ¿Qué factores cree que incidirán en el volumen de la convocatoria?
24. ¿Cuáles serán las modificaciones y qué características o singularidades del CTMU se piensan como estrategias de supervivencia?

● **Guía de entrevista para la unidad de análisis 3**

1. Teniendo en cuenta que el CTMU es un cine histórico de la ciudad de Unquillo y que hoy en día funciona como cine municipal y Espacio INCAA, ¿cuáles cree que son sus metas o principales objetivos?

2. ¿Cuáles cree que son las mayores fortalezas de un cine de estas características?, ¿y sus mayores debilidades o amenazas?
3. ¿Cuál es la relación entre el CTMU y el INCAA?
4. ¿Desde el INCAA se llevan estadísticas mensuales o anuales sobre la cantidad de espectadores? ¿Podría decirme cuántos espectadores anuales hubo en el 2019? ¿Se tiene un estimativo del número para el 2021?
5. ¿De qué manera Espacios INCAA contribuye con las estrategias comunicacionales y/o publicitarias del CTMU?, ¿cómo cree que se da la fidelización de su público?
6. Uno de los objetivos del Programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine, ¿cómo cree que el CTMU contribuye con ese objetivo?
7. ¿Cómo se piensa al CTMU?, ¿como emprendimiento comercial, cultural o un espacio social de esparcimiento?
8. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural? ¿En qué sentido?
9. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de espectadores? ¿En qué sentido?
10. ¿Qué rol cumple Espacios INCAA en el encuentro entre el realizador o la realizadora audiovisual y el público? ¿Sabe cuán frecuentes son esos encuentros en el CTMU? ¿Qué cree que ocurre en esos encuentros?
11. ¿Cómo cree que contribuye un cine con las características del CTMU en el desarrollo de la cultura local? (vínculo con la comunidad, promoción de actividades artístico-culturales y préstamo/alquiler del espacio, transmisión de conocimientos e historia propia, etc.).
12. ¿Considera una desventaja el hecho de que el cine ofrezca una programación específica en un determinado lugar ante la posibilidad de autoservicio y de construcción del propio espacio-tiempo que ofrecen ciertas plataformas digitales?
13. ¿Qué características de la experiencia cinematográfica de una sala no pueden ser imitadas en el consumo a través de plataformas online? ¿Siente que la sala de cine representa una ruptura con respecto a lo que acontece fuera de ella? ¿En qué sentido?
14. ¿Cuál cree que es la mayor diferencia entre ver una película individualmente y verla colectivamente en una sala? ¿Qué importancia tiene esto?
15. ¿Qué lugar cree que ocupa la copresencia física y proximidad corporal de los espectadores en una sala? ¿Qué impactos cree que tiene/tendrá la pandemia en este aspecto?

16. ¿Cuáles cree que son las particularidades del CTMU que lo hacen “único” o especial? ¿Qué lo diferencia de otras salas de cine y qué cree que es lo que la gente más recuerda de ver películas en el CTMU?
17. ¿Cuáles son/fueron los impactos de la pandemia en los Espacios INCAA y qué panorama se espera a futuro? ¿Qué factores cree que incidirán en el volumen de la convocatoria?
18. ¿Cuáles serán las modificaciones y qué características o singularidades de los Espacios INCAA se piensan como estrategias de supervivencia?

● **Guía de entrevista para la unidad de análisis 4**

1. Teniendo en cuenta que el CTMU es un cine histórico de la ciudad de Unquillo y que hoy en día funciona como cine municipal y Espacio INCAA, ¿cuáles cree que son sus metas o principales objetivos?
2. ¿Cuáles cree que son las mayores fortalezas de un cine de estas características? ¿y sus mayores debilidades o amenazas?
3. ¿De qué manera cree que se da la fidelización del público en este tipo de casos?
4. ¿Cómo cree que contribuye un cine de estas características en el desarrollo cultural local? (vínculo con la comunidad, promoción de actividades artístico-culturales y préstamo/alquiler del espacio, transmisión de conocimientos e historia propia, etc.), ¿y en la inclusión social y la apropiación del espacio público?
5. ¿Cuál cree que es el rol principal de un cine histórico de una pequeña ciudad, que hoy en día funciona como cine municipal y Espacio INCAA? ¿Cree que se piensa como emprendimiento comercial, cultural o un espacio social de esparcimiento?
6. ¿Cómo cree que los Espacios INCAA contribuyen a socializar el acceso al cine?
7. ¿Cree que los Espacios INCAA contribuyen con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural? ¿En qué sentido?
8. ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de espectadores? ¿En qué sentido?
9. Uno de los objetivos de Espacios INCAA es el encuentro entre el realizador o la realizadora audiovisual y el público, ¿cuán importantes cree que son esos encuentros?
10. ¿Considera una desventaja el hecho de que el cine ofrezca una programación específica en un determinado lugar ante la posibilidad de autoservicio y de construcción del propio espacio-tiempo que ofrecen ciertas plataformas digitales?
11. ¿Qué características de la experiencia cinematográfica de una sala no pueden ser imitadas en el consumo a través de plataformas online? ¿Siente que la sala de cine representa una ruptura con respecto a lo que acontece fuera de ella? ¿En qué sentido?

12. ¿Cuál cree que es la mayor diferencia entre ver una película individualmente y verla colectivamente en una sala? ¿Qué importancia tiene esto?
13. ¿Qué lugar cree que ocupa la copresencia física y proximidad corporal de los espectadores en una sala? ¿Qué impactos cree que tiene/tendrá la pandemia en este aspecto?
14. ¿Cuáles cree que son/fueron los impactos de la pandemia en los cines municipales y Espacios INCAA y qué panorama cree que se espera a futuro? ¿Qué factores cree que incidirán en el volumen de la convocatoria?
15. ¿Cuáles cree que serán las modificaciones y qué características o singularidades de este tipo de espacios cree que se piensan como estrategias de supervivencia?

### **3.5 Método de análisis**

A partir del establecimiento de recurrencias, convergencias y divergencias entre los discursos particulares, es posible construir un marco general de ciertos ejes de sentido que delimitan el alcance y composición de los sentidos y las valoraciones que se construyen en torno a cierto objeto de conocimiento, en este caso particular: el rol sociocultural del CTMU en el actual contexto de nuevos modos de consumo audiovisual y modificación de prácticas sociales por la pandemia de COVID-19. En el presente trabajo, el análisis cualitativo de los datos obtenidos consta de las siguientes etapas:

1. Transcripción fiel de las entrevistas.
2. Identificación de las valoraciones y los sentidos presentes en las entrevistas, en el contexto en que fueron manifestados.
3. Organización de los fragmentos a partir de los conceptos fundamentados en el marco teórico de acuerdo con el tema como foco de análisis.
4. Integración y diálogo entre las valoraciones y los sentidos sobre cada eje analítico planteado.
5. Presentación de las citas textuales, sus interpretaciones y sus relaciones conforme a la línea argumental presentada en el marco teórico.

⇒ Volver al índice



Capítulo 4

# **ANÁLISIS DE DATOS**

## 4 - ANÁLISIS DE DATOS

*El cine es lo que en una sociedad,  
en un determinado período histórico,  
en una determinada coyuntura político-cultural,  
o en un cierto grupo social se decide que sea.*

— Antonio Costa (1997, p. 30)

### 4.1 Introducción

A continuación se presentan algunos fragmentos de las entrevistas realizadas con el objetivo de indagar acerca de las valoraciones y los sentidos de quienes hacen el CTMU sobre su rol sociocultural ante las nuevas formas de consumo audiovisual y la modificación de prácticas sociales a raíz de la pandemia de COVID-19. Teniendo en cuenta el entorno en el que accionan quienes componen las distintas unidades de análisis, sus puntos de vista serán reconocidos como posiciones dentro de un campo. Posiciones, justamente, desde las que se conforma su visión particular del mundo (Bourdieu y Wacquant, 1995, p. 71).

Con el propósito de encauzar el análisis y reconociendo que ningún recorte es ingenuo, cabe aclarar que se seleccionaron deliberadamente aquellos fragmentos del discurso que mejor reflejan los sentidos de los actores involucrados con relación al tema de investigación. Al sistematizar el corpus de entrevistas, se puso de manifiesto que los entrevistados emplean argumentos semejantes a la hora de pensar la práctica sociocultural de ir al CTMU, en contraposición, por un lado, con las salas del circuito privado-comercial y, por otro, con el consumo en plataformas digitales. A partir de estas recurrencias, el material se organizó en distintos ejes que abordan los contrastes entre los diferentes tipos de exhibición y consumo:

- 1- Objetivos y valores
- 2- Accesibilidad
- 3- Formación de espectadores
- 4- Formación de identidad y ciudadanía
- 5- Comunicación, convocatoria y fidelización del público
- 6- Ruptura espacial y experiencias colectivas
- 7- Convivencia o competencia
- 8- Impactos de la pandemia

Dichos ejes no agotan las reflexiones de los entrevistados, pero trazan los argumentos de mayor relevancia en el marco de la presente investigación. De esta manera, los segmentos seleccionados procuran ir entretrejiendo el rol que ocupa el CMTU en la comunidad, revelando las tensiones y contradicciones que se generan no solo hacia adentro del cine de Unquillo, sino en sus vínculos con el INCAA y la Municipalidad. Y en relación, además, con las diversas fuerzas que actúan en fricción permanente dentro del campo de consumo cinematográfico actual.

#### **4.2 Objetivos y valores: lo social en el centro**

Dentro de los objetivos planteados por el Programa Espacios INCAA, aparecen: el de recuperar el cine como emprendimiento comercial y cultural y el de recuperar el cine como espacio social de esparcimiento. En el 2008, cuando la Municipalidad de Unquillo -por medio de su Dirección de Cultura y Educación- reabrió el CMTU, lo hizo a través del convenio con el INCAA, ya que según el responsable de la Dirección de Cultura de ese momento, Marcelo Ray, “era la única posibilidad de que un municipio chico y pobre como el de Unquillo pudiera acceder, primero, a la cuestión de la distribución de películas y, segundo, a la maquinaria necesaria”. De acuerdo con Ray, los objetivos que guiaron la reapertura del espacio:

... tenían mucho que ver con empezar a tratar, desde la Municipalidad, de garantizar el acceso a la cultura como un derecho. Entonces, en ese objetivo súper amplio nos propusimos empezar a abrir y reabrir espacios para que la gente de Unquillo pudiera acceder efectivamente a distintos bienes culturales, es decir, que el Estado municipal le garantice ese acceso. [...] Tratando de garantizar que la gente de Unquillo tenga la posibilidad de acceder a la producción audiovisual, y también, en la producción teatral porque nosotros lo habíamos planteado como un espacio múltiple. Desde Unquillo no había mucha experiencia teatral y ningún espacio de teatro, históricamente no hubo, pero cine sí. Pero al cine, como espacio, se lo había perdido; se lo había llevado la década del 90. Entonces, era importante para garantizar el derecho a la cultura, poder abrir ese espacio. Ese fue el objetivo principal, pero, además, tenía que ver con la recuperación de la memoria histórica y el significado de un espacio tan importante en términos sociales como era el cine en aquel momento.

En la actualidad, la mayoría de los entrevistados coinciden al pensar en el aspecto social del cine de Unquillo como uno de sus principales valores, objetivos y fortalezas. De manera que, en los discursos de los trabajadores del CMTU, aparecen nociones como “hecho social”, “cuestión social” y “rol social” que resaltan el encuentro entre vecinos y la sociabilidad. Pero,

además, se concibe al CMTU como un espacio para la promoción y el fortalecimiento de los artistas locales. Desde la perspectiva municipal actual, Cecilia Galará asegura:

El espacio es un cine teatro, entonces la propuesta es tener, también, ciclos musicales con músicos locales. Ese lineamiento ha tenido una trayectoria disímil, con algunos altibajos en estos últimos años, pero ha seguido habiendo presentaciones de música, de libros, de teatro, narraciones. Distintos eventos.

El encargado de la sala, Ronald Santana, coincide y hace referencia al Registro Municipal de Artistas Unquillenses (RAMU) mencionado en el marco referencial:

Y eso está bueno, porque también necesitamos saber quiénes somos, qué es lo que podemos dar, y el día de mañana darle más actividad a esta sala -que ya la tiene, bastante- pero, digo, todo aquel que hace arte sabe que tiene un espacio donde puede expresarse, eso es lo principal.

Si bien un cine de tales características es, indudablemente, una conjunción de dimensiones sociales, culturales, comerciales y de entretenimiento, existen divergencias entre quienes hacen el CTMU al ponderar dichos aspectos, principalmente, en cuanto a la variable comercial. Representando la visión municipal, Cecilia Galará entiende el factor comercial como una ayuda para que la sala se autosustente y admite que es un objetivo muy difícil de cumplir debido a que la Municipalidad tiene que costear el alquiler de la sala, los servicios y el sueldo del personal:

... que sea un emprendimiento con un lado que tiene una mirada comercial nos ayuda a pensarlo para que sea sostenible, pero nunca dejamos de tener el enfoque de que es un ámbito social, de que hay prioridades. Por eso te digo que, aunque no genera ganancias, igualmente la política del Municipio es sostenerlo, mantenerlo y promover que se puedan cumplir los objetivos que tiene.

Sin embargo, la declaración de Néstor Barreau, trabajador del CTMU, confronta con esto último:

Esto no es una empresa, esa fue una discusión muy larga que tuvimos con gente de la Municipalidad porque querían que el cine fuera rentable y entonces es bravo eso. ¡Esto no es una empresa, viejo! Esto es un servicio a la comunidad, no me jodan.

Lo que este contrapunto deja ver, además, es la definición de un “nosotros-ellos” que adquiere configuraciones heterogéneas en los distintos actores involucrados.

#### **4.2.1 “Nosotros-ellos” y la gestión estatal**

Siguiendo a Stuart Hall (2003), las identidades se construyen a través de la relación y la diferencia con el otro (p. 18). Ese otro, en palabras de Marc Augé (2009), es un otro exótico que consolida un “ellos” en oposición a un “nosotros” (que se supone idéntico) (p. 25). En ese sentido, si bien los trabajadores del CTMU son empleados municipales, Néstor Barreau, por ejemplo, marca una clara diferencia al utilizar expresiones como la anteriormente citada o al referirse a la relación del cine con la Municipalidad en los siguientes términos:

... el vínculo es medio relativo [...] tengo que entender que el cine no es fundamental para la Municipalidad y está bien que sea así. O sea, si yo me pongo en el lugar de ellos, para mí tampoco sería totalmente fundamental el cine si yo estuviera en el lugar del intendente, ¿no?

Por el contrario, sus compañeros ponderan el lugar del cine unquillense dentro las políticas municipales y plantean un “nosotros” en el que se incluyen dentro del grupo de trabajo municipal, tal como se ve en lo mencionado por Guillermo Lavayen al hablar acerca de los diferentes espacios de la Dirección de Cultura y Turismo:

... todos somos de alguna forma un equipo en el que cada uno trabaja en su sector. [...] Estamos todos, más o menos en un mismo grupo, en un mismo equipo, bajo una misma dirección, y más o menos estamos informados o al tanto de lo que es el funcionamiento de todas las áreas o de todas las actividades culturales que hay.

Esta divergencia entre los trabajadores del CTMU al sentirse parte de un “nosotros” municipal o no, aparece también en el planteamiento de metas a largo plazo del cine unquillense. Mientras que Néstor Barreau proyecta como horizonte enseñarle a la gente a ver cine y mostrarle otras opciones, Ronald Santana y Guillermo Lavayen piensan en la posibilidad de que el cine tenga un espacio propio y no tener que alquilarlo, es decir, que la sala sea comprada por la Municipalidad o que se adquiriera un nuevo espacio.

Lo que las valoraciones de los entrevistados dejan ver, conforme a esto último, es que la gestión estatal del cine unquillense presenta ventajas y desventajas. El soporte municipal y el convenio a nivel nacional con el INCAA proveen los recursos necesarios para la conservación y funcionamiento del CTMU porque lo preservan del imperativo de tener una ganancia que justifique su existencia -cosa que no ocurre en los complejos *multiplex*. Sin embargo, no es menos cierto que los cambios de gestión muchas veces implican incertidumbre o la falta de continuidad en algunos temas, tal como lo expresa la investigadora Ana Broitman:

Y una cosa fue el Programa de Espacios INCAA hasta el 2015, otra cosa fue el Programa Espacios INCAA del 2015 al 2019. No sé, la verdad, qué pasó este año porque, bueno, fue un año

absolutamente atípico. No sé cuál va a ser la política de esta administración, pero, bueno, también cambian las administraciones municipales y provinciales entonces eso también genera un espacio de incertidumbre a veces. De pensar quién vendrá, cómo será la relación, si funcionará igual que antes, si cambiará el programa o no.

O como lo manifiesta Lucas Vaimbrand, desde el punto de vista de los programadores regionales de Espacios INCAA:

... por cambios, a veces políticos, cambian los responsables de los espacios y hay que empezar de cero, digamos, toda la dinámica de operatividad-gestión. [...] Eso significa generar nuevamente lazos, relaciones, entenderte con un otro, entender la mirada que tiene la otra persona, y esos son procesos.

A su vez, la dependencia de organismos públicos genera que quienes hacen el cine de Unquillo tengan la sensación de que nada es propio. El hecho de que la sala sea alquilada, sumado a que los equipos son cedidos por el INCAA en comodato, obstaculiza cuestiones de inversión edilicia, tal como menciona el encargado del CTMU: “el Municipio realmente no sabe si invertir en aggiornar esto que no es del Municipio”.

Por otro lado, el “nosotros-ellos” establecido con el INCAA también presenta distintas aristas. Si bien los trabajadores del cine de Unquillo sostienen que la relación con el INCAA es “buena” y “estrecha”, manifiestan algunas disconformidades. En primer lugar, Ronald Santana explica que una de las carencias es la falta de formación proveída desde el Instituto para quienes manejan las salas y agrega: “Yo aprendí más estando dentro de la Red de Espacios INCAA. Con los compañeros, con los colegas, nos vamos ayudando mutuamente y eso para mí fue fundamental”. Además, Néstor Barreau da cuenta de su decepción en lo que respecta a las expectativas que tenía sobre la nueva gestión del INCAA, especialmente “viniendo de cuatro años [...] nefastos y espantosos”, y expone su postura frente a los Espacios diciendo: “resultó ser un tipo que terminó conformándose con el CINE.AR [...] Es como que me está diciendo, y de alguna manera, me está demostrando que está re contento con que se cierren la salas”.

Sin embargo, los entrevistados coinciden en marcar una diferencia entre un “ellos” que refiere al INCAA como Instituto, de un lado, y el Programa Espacios INCAA que se acerca más al “nosotros” del CTMU, del otro. En este sentido, Néstor Barreau critica ciertas decisiones

tomadas por el Instituto, pero destaca el trabajo de Ana Perera, jefa de Programación de Espacios INCAA:

... yo tenía mucha expectativa con esta nueva administración, mucha expectativa, pero la verdad que me han decepcionado, sinceramente. [...] Y dentro de toda la administración nueva hay gente muy valiosa, yo los nombres me los suelo olvidar, pero hay una chica que es brillante también [...] Ana, Ana sabe todo. Y son gente progresista, o sea, son personas que piensan en la gente, que terminan pensando en el servicio como tal y se preguntan “bueno a todas las salas que tengo ¿cómo las hago funcionar?”. Tiene que haber, inclusive, hasta un manejo intersala. Pero vos lo tenés que promover desde el INCAA. O sea, si surge desde la sala misma, bueno, mejor, pero si no surge naturalmente, vos lo tenés que generar porque vos sos el que maneja todo el proyecto, vos sos el que manejás la dirección y el que termina decidiendo todo, entonces vos tenés que hacer que se formen comisiones, por ejemplo. Como director del INCAA, yo pediría que se formen comisiones [...] a mí me parece que tendría que manejarse de esa manera.

Incluso, en la Red Federal de Espacios INCAA (espacio autoconvocado y autogestionado por los responsables de las diferentes salas del país) participan algunos programadores y técnicos del programa en calidad de compañeros y no desde un lugar de jerarquía institucional, tal como se refleja en las palabras de Ana Perera:

... un grupo importante de salas se unieron por fuera de lo que es el INCAA como Institución. De hecho, yo, por ejemplo, estaba de licencia, o sea que no estaba oficialmente trabajando para el INCAA, pero siempre mantuve la conversación con las salas. Se unieron para, en primer lugar, intercambiar opiniones o sostenes y demás. Eso fue como el primer impulso. Y después, resulta que empezamos a decir “bueno, y ¿qué hacemos?”. Y la verdad, lamentablemente, ante la falta de respuesta del propio INCAA, ante la situación dijimos “bueno, no podemos seguir esperando algo que no sabemos qué, ¿qué hacemos?”. Y, la verdad, fue muy grato [...] fue como algo genuino que surgió a partir de la pandemia y un trabajo conjunto fuera de “papá INCAA”. Que, si bien estaba yo y estaba mi compañero que también trabaja en el INCAA y otro compañero, no estábamos como agentes de INCAA, sino colaborando.

### **4.3 Accesibilidad: “la gente busca cada vez gastar menos”**

Socializar el acceso al cine es uno de los objetivos del Programa Espacios INCAA y en el CTMU la accesibilidad es entendida por los entrevistados como un gran diferencial en relación con las salas comerciales y la oferta cinematográfica de las plataformas. El acceso al cine se manifiesta en el presente caso de estudio de diversas maneras.

### **4.3.1 Ubicación**

El CTMU es la única sala de cine en Unquillo, es decir, de no existir los unquillenses tendrían que trasladarse a las localidades de Villa Allende o Salsipuedes para poder ir al cine. No obstante, dichas salas se encuentran dentro de shoppings ubicados sobre autopistas. Esto responde, como se expuso en el marco teórico, al fenómeno planteado por Artemio Abba (2003), según el cual la configuración de salas de cine en el espacio público de la calle se transformó a una oferta de cines *multiplex* en lugares con prestigio que niegan la calle urbana (pp. 16-17). Además, el CTMU se sitúa en la entrada de la zona céntrica de la ciudad (a unas cuadras del área comercial) sobre la avenida principal y a pocos metros de la terminal de ómnibus. Esto cobra especial relevancia para pensar su accesibilidad de acuerdo con lo que plantean algunos de los entrevistados. Leandro González, por ejemplo, explica:

Primero, que exista un espacio que ofrezca una experiencia que, a lo mejor, no se podría ofertar si no fuera por eso. Otra cuestión es que el cine está hecho para gente que tiene auto hoy en día [...] Entonces, como las salas más cercanas a Unquillo están a 10 km, con más razón, me parece que la sala de ahí ofrece una experiencia para la gente que no tiene auto, para la gente que no puede pagar la entrada de \$250. En principio, ofrece una experiencia cultural relevante, a un precio super accesible y en un lugar al que seguramente mucha gente tiene la posibilidad de llegar, ya sea por medios de transporte o a pie, o lo que sea.

Lucas Vaimbrand también resalta el factor del transporte:

Hay personas que se quedaron sin trabajo o personas que sí tienen trabajo, pero no pueden pagar una entrada o movilizarse también a un lugar [...] Hay gente que capaz tiene que ir en auto, porque creo que la sala más cercana es en Villa Allende. Eso significa un costo mayor.

En relación con el consumo en plataformas, es importante recordar lo mencionado en el marco referencial. Unquillo posee señal de telefonía celular e Internet de baja calidad en muchos de sus barrios, es decir, un ancho de banda que resulta prohibitivo para el uso de plataformas de *streaming* audiovisual.

### **4.3.2 Precio de entrada**

A principios de 2020 el CTMU manejaba valores de entre \$25 y \$100 (con proyección de aumentar un 30%), mientras que en salas comerciales los valores varían entre los \$500 y \$600 aproximadamente. Este punto es recurrente y preponderante en diferentes respuestas de los entrevistados que, en su totalidad, coinciden en pensar el precio de entrada como una de las



principales fortalezas del CTMU. Tal como se expresó en el marco referencial, Unquillo posee un nivel socioeconómico medio bajo, con un porcentaje de desempleo alto en comparación con otras localidades del Gran Córdoba. En ese sentido, Marcelo Ray sostiene: “la realidad económica del pueblo tiene que ver con eso y la gente busca cada vez gastar menos”. Lucas Vaimbrand, por su parte, explica:

... esa accesibilidad a nivel monetario muchas veces en tiempos de crisis, y más en este tiempo de pandemia y lo que va a ser seguramente prontamente en el futuro [...] va a ser algo a tener en cuenta por el público.

El costo es también otro de los obstáculos de las plataformas digitales. Los precios de marzo 2021 para Netflix Argentina variaban entre los \$450 y \$1100, los de Flow se encontraban alrededor de los \$2000, y los planes mensuales de otras plataformas (Amazon Prime Video, Disney Plus, Mubi, HBO GO, Qubit.tv, Apple TV, etc.) valían entre \$300 y \$400 aproximadamente. Sobre estos números y lo que representan para la población, reflexiona Leandro González:

A mí me parece barato Netflix, pero probablemente a mucha gente no le parezca barato y, además, necesitás una tarjeta de crédito en un país que tiene una bancarización muy baja, donde no todo el mundo tiene tarjeta. [...] Creo que sí, si me preguntás “¿Netflix le saca público a las salas?” te digo sí. ¿Cuánto? No tengo la menor idea. A principio de año (2020) estuvo el capo de Netflix acá en Argentina y dijo que 4,5 millones de argentinos están suscritos a Netflix, es decir, el 10% de la población. Es decir, el 10% de la población tiene la capacidad de ahorro como para darse esos lujos.

En el CTMU no solo se implementa una política de bajos precios, sino que se tiene en cuenta la imposibilidad de algunas personas de afrontar dicho costo. Con respecto a esto, Ronald Santana menciona:

... tenemos dos o tres personas que sabemos que vienen al cine y que no van a pagar nunca la entrada. Son estos que viven acá en el pueblo que, de repente, duermen en la calle. Ellos vienen al cine y su entrada la tienen siempre, eso no hay problema, o sea, nunca se echó a nadie del cine ni nada por el estilo.

En esta línea, Lucas Vaimbrand subraya la importancia de pensar al cine como práctica social y como espacio público en relación con la accesibilidad:

... cuando hablamos de público, hablamos de personas y hablamos de personas a las que le pasan cosas en la vida, lo cotidiano, lo difícil. Uno puede estar con mil problemas y eso (ir al cine) puede ser una forma social de descomprimir situaciones muy difíciles, a veces extremas. Por eso el cine

es tan importante como práctica social y, principalmente, que la gente se pueda acercar a salas de cine [...] Hay gente en situación de calle que va al cine y es el único consumo cultural que tiene. Muchas veces termina siendo su hogar el cine y es el único espacio de contención que tiene, en el que se puede liberar un poco de la situación cotidiana, en un punto. Por eso me parece que es tan importante, no solo en Unquillo, sino en cualquier otro espacio, el cine como práctica social e ir a la sala de cine.

Es recurrente, además, la alusión de varios de los entrevistados al cine en los barrios. Una actividad organizada por el CMTU (realizada en el pasado y con intenciones de retomarla en el futuro) que consiste en proyectar películas en espacios públicos o en centros vecinales de los diferentes barrios de Unquillo. Tales proyecciones no solo implican entablar vínculos con instituciones barriales y, en definitiva, involucrar a los vecinos en la toma de decisiones comunitarias, sino enfatizar aún más la accesibilidad al cine porque se trata de proyecciones con entrada libre y gratuita que no significan tampoco un costo de traslado. En esa misma línea, otra iniciativa mencionada en el marco referencial y señalada en algunas de las entrevistas, tiene que ver con el grupo Cine Comunitario Unquillo. El proyecto surgió en el 2008 con la reapertura del CMTU y logró mantenerse a lo largo de las distintas gestiones. Según Ronald Santana:

Los miércoles [...] se lo concedemos a un grupo que se llama Cine Comunitario [...] ellos proyectan películas de forma gratuita, las películas las traen ellos [...]. Después de esa proyección, con el público, se crea como un debate y se informa sobre cómo se llegó a esa película, sobre los directores. Bueno, es un espacio muy interesante para acá para Unquillo, ¿no? No es un gran público el que viene, pero las personas que vienen lo disfrutan mucho porque es interesante y el tipo de películas que pasan es muy bueno.

El grupo Cine Comunitario Unquillo se autodefine en su perfil de Facebook como “un espacio para ver, hacer y pensar el cine desde una perspectiva comunitaria y con vocación de transformar la realidad”<sup>12</sup>, en ese sentido, es preciso destacar que su valor no solo tiene que ver con la entrada libre y gratuita, sino también con la propuesta de proyectar otro tipo de cine.

### **4.3.3 Programación**

La oferta de programación es un punto importante dentro del objetivo de socializar el acceso al cine. El CTMU funciona como sala mixta porque además de pasar contenido nacional del INCAA, proyecta películas “comerciales” que son aquellas películas más taquilleras o

---

<sup>12</sup> Ver página <https://www.facebook.com/cinecomung>

*mainstream* y que, en la sala de Unquillo, están destinadas al público infantil. Es importante aclarar que esto se debe principalmente a la falta de cine nacional para niños, asunto que subraya Ana Perera:

... pensando en los chicos, el único tema, y que me parece grave, que es un tema que venimos arrastrando hace bastante, es el tema de la producción infantil. Hay bastante poca y, bueno, eso hace también que no tengamos mucho contenido nacional para ofrecerles a los niños, que en realidad hoy son niños, pero mañana van a ser adultos y, bueno, se van a haber criado, como todos nosotros, viendo Disney. Eso me parece un tema que habría que, no sé cómo, resolverlo de alguna manera.

Sin embargo, si bien los trabajadores del CTMU aseguran que la cantidad de público suele ser notablemente mayor en las películas comerciales o en las películas argentinas más taquilleras, la mayor parte de las películas que se pasan no siguen necesariamente la lógica hollywoodense. Ana Perera señala al respecto:

El objetivo de Espacios INCAA es acercar el cine nacional a la comunidad, hacerlo visible [...] Aportar, por ahí, un tipo de cine que no es el que encontramos en todas las salas, más de difícil acceso, pero que sea accesible [...] a la comunidad.

Según datos del INCAA, en los primeros tres trimestres del 2019 se estrenaron 156 películas nacionales.<sup>13</sup> La importancia de salas como la de Unquillo tiene que ver, en este aspecto, con funcionar como espacios para que estas películas puedan ser exhibidas a lo largo y ancho del país, tal como explica Ana Broitman:

... en el cine argentino pasa que se produce o se producía mucho cine en un momento y no había posibilidad de encuentro con un público porque nunca se llegaban a dar las películas. Las salas de los shoppings no las dan, las dan muy acotadamente o dan solo algunas de las películas argentinas que entran dentro de una categoría más *mainstream*, pero no dan cine argentino independiente, documental o más experimental. Y estas salas son una boca de salida para esas películas (que también se hacen con dinero del Estado argentino en muchos casos, porque se hacen con subsidios y créditos a la producción) y bueno, [...] me parece que estas salas contribuyen a que haya una diversidad de oferta cinematográfica porque si te quedás con el cine que se ve en los shoppings, es muy limitado.

El aporte del CTMU para el objetivo de Espacios INCAA de acercar el cine nacional a la comunidad, no solo radica en presentar películas que no programan las grandes cadenas de cine, sino en contribuir a ver, siguiendo a Ana Broitman, “determinado tipo de cine que nos

---

<sup>13</sup>Fuente: <http://www.incaa.gov.ar/observatorio-audiovisual-oava>

cuesta más ver, porque es un cine más desafiante para el espectador, más difícil, que le propone otro pacto de lectura”.

Sobre este último concepto vale profundizar. Ana Rosas Mantecón (2009b) toma del campo de la semiótica y del análisis del discurso la noción de contrato de lectura y analiza el pacto de consumo específicamente cinematográfico:

Los textos no existen fuera de una materialidad que les da existencia y que se refiere tanto al sustrato sobre el que se fijan como a las modalidades de su transmisión. Todos estos elementos materiales, corporales o físicos pertenecen al proceso de producción de sentido y son tan relevantes como el mismo texto en la formulación del pacto. No se formulan los mismos pactos de consumo en una sala cinematográfica de arte que en un multiplex en un centro comercial o frente al televisor, si bien en todos los casos los públicos se relacionan con textos fílmicos. (p. 59)

La autora postula que en el desarrollo inicial del cine algunos de los elementos claves de dicho pacto eran “el anonimato de la asistencia, la mezcla social, la oscuridad de la sala, el comportamiento autocontrolado de los espectadores (sentados y en silencio) y la oferta de un espectáculo programado de antemano que no puede ser negociado” (pp. 85-86). Sin embargo, siguiendo la hipótesis de Rosas Mantecón (2009b), como históricamente existió una cambiante articulación entre las salas de cine y la ciudad, lo que sucedió fue que los diversos públicos negociaron sobre este pacto de consumo “ideal”. Así, a partir de factores sociales, generacionales y regionales, aprendieron el rol de “ser público” en relación también con las transformaciones urbanas. (pp. 11-12). El entorno urbano que rodea al CTMU no se ha modificado considerablemente en los últimos 50 años y, en palabras de Marcelo Ray, es un vínculo “armónico” el que posee la sala con sus alrededores. Si bien ha perdido centralidad, la zona en la que se ubica el cine de Unquillo mantiene muchos de los edificios y espacios históricos del pueblo: la iglesia, la plaza, los comercios, los bares, el club deportivo y social local y las casonas antiguas. En ese sentido, el cine de Unquillo busca recuperar algunos de los aspectos del contrato de lectura tradicional que plantea Rosas Mantecón que se dan, tanto al interior de la sala como en su lazo con el espacio urbano: los espectadores no salen del cine a un patio de comidas o un estacionamiento en un shopping, salen a la avenida principal de la localidad.

En cuanto a la programación, los programadores de Espacios INCAA coinciden en la importancia de trabajarla conjuntamente con el gestor de cada sala porque, siguiendo a Ana Perera, “el que conoce su comunidad es el que está ahí, el que vive ahí, el que está en diálogo justamente con la comunidad”. De hecho, según Lucas Vaimbrand, lo que marca la diferencia de cada sala INCAA es el responsable de cada Espacio y lo que este pueda reflejar “en la programación, en la participación, en las devoluciones, en lo que le pasa a la comunidad con el cine y con las cosas que se exhiben”. En referencia a los encargados de las salas, agrega:

... esa persona que está del otro lado [...] está en el territorio, que es más importante que nosotros, en sí. Porque nosotros somos programadores, pero la información que nos sirve es de los que están en el territorio, de lo que le pide la comunidad, de lo que sucede en la comunidad y lo que sucede políticamente en la gestión local.

En ese sentido, el trabajo de programación es conjunto, ya que no solo el Instituto manda unidireccionalmente películas, sino que el encargado del CTMU le suele pedir algunos títulos al programador. Sin embargo, hay un punto que marca una diferencia importante en los discursos de los entrevistados y deja ver una postura más bien pasiva de la sala unquillense en lo que refiere a la injerencia en el armado de la programación. Mientras que Lucas Vaimbrand resalta lo interesante que resulta el hecho de que los gestores de los Espacios rechacen la propuesta de programación o realicen una contrapropuesta porque “es lo que enriquece realmente, que te discutan la programación, que no parezca algo que se baja desde Buenos Aires”, Ronald Santana afirma: “Yo creo que en estos cinco años desde que estoy rechacé una sola película”.

En relación con las plataformas digitales, al comparar su oferta de programación con la del CTMU, los entrevistados colocan a la sala unquillense (como a las salas de cine en general) en desventaja. Los factores que más aparecen en sus respuestas son la cantidad de contenido disponible en Internet, la posibilidad de consumirlo en cualquier momento y lugar, y la posibilidad de pausar, atrasar o adelantar dicho contenido. Es decir, lo que Lipovetsky y Serroy (2009) plantean como un consumo desinstitucionalizado, descoordinado y de autoservicio en el que se produce una autoconstrucción del espacio-tiempo personal (p. 65). En este aspecto, las respuestas de los entrevistados se corresponden, también, con lo postulado en la segunda Encuesta Nacional de Consumos Culturales realizada por el SInCA (2017). Además de resaltar que una de las razones por las que merma la práctica de ir al cine es porque implica atención exclusiva por parte del espectador, el informe expone que los principales factores intervinientes

son el requerimiento de un costo específico de dinero y un desplazamiento (SInCA, 2017, p. 6). De esta manera, como los usuarios trasladan “un número cada vez mayor de sus actividades cotidianas a entornos online” (Van Dijk, 2016, p. 13), las plataformas digitales modifican los modos de estar juntos y separados, promoviendo formas de des/habitar ciertos espacios-tiempos en la ciudad. (Sánchez Ceci y Bucca, 2020, p.112). En palabras de Martín Barbero (2002), en los nuevos modos de estar juntos “«cuentan» menos los encuentros y las muchedumbres que el tráfico, las conexiones, los flujos y las redes” (p. 4).

#### **4.4 Formación de espectadores: “primero lo llevás de la mano, ve lo que le ofrecés y después le das opciones para que vaya eligiendo”**

Si bien en los objetivos del Programa Espacios INCAA aparece la “formación de espectadores” orientada hacia un sentido crítico, al analizar qué entienden los actores involucrados por formación y cómo contribuye el CTMU en la formación de espectadores, las entrevistas reflejan argumentos mayoritariamente convergentes en torno a la creación de hábitos de consumo de cine en salas y, en especial, de cine más bien alternativo o independiente. En vinculación con el último apartado, y de acuerdo con Ana Broitman:

... esta falta de costumbre de la gente de ver cine argentino y [...] no solo argentino, sino que no se ajuste a los parámetros del cine más pochoclero, hace que haga falta una suerte de formación de espectadores. Debería haber en estos espacios un programa de formación de espectadores donde haya ciclos, donde se le enseñe -de algún modo- a la gente a ver determinado tipo de cine que es más difícil de ver, con el que es más difícil entablar un vínculo espectacular.

Dentro de los trabajadores del CTMU quien más se distancia de este último lineamiento es Guillermo Lavayen, asegurando que la contribución del CMTU en la formación -o educación- de los espectadores tiene que ver, principalmente, con el respeto por los horarios y la rigurosidad en la formalidad de las proyecciones. No obstante, en consonancia con lo planteado por Broitman, Néstor Barreau sostiene que la herramienta que posee el cine de Unquillo para formar espectadores es la proyección de películas independientes porque “es una manera de ir mostrándole, más que formar que suena medio excesivo, a la gente otra opción. Que hay otra manera de ver y hacer cine”. En una línea similar, el director del CTMU Ronald Santana, pensando en la formación crítica de los espectadores, resalta los debates entre vecinos que se dan en el hall del cine a la salida de una función y concuerda con la importancia de brindarle al público una oferta alternativa o inhabitual para muchos espectadores:

... la gente, por ejemplo, viene a ver una película para niños, gente que no viene al cine por otra cosa si no viene a traer a sus hijos al cine, y de repente se pone a mirar la cartelera y dice “che, ¿y esta película de qué se trata?” entonces nosotros, otra de las cosas que hacemos, le comentamos “¿viste? mirá tal película está muy buena, vení a verla porque está muy buena” [...] entonces frente a esas cosas yo creo que nosotros hemos formado gente que ha venido a ver películas, que nunca había ido al cine a ver otra cosa que no fuera de niños, y de repente se encuentra mirando una película de autores cordobeses, por ejemplo, diciendo “ah, mirá, no sabía que acá se hacía cine, ¡qué bueno!”

En ese sentido, resulta interesante el aporte de Leandro González:

Digamos, todos empezamos más o menos por el mismo lugar. Yo me acuerdo que de chico mi mamá me llevaba a la sala de San Miguel e íbamos a ver las películas de Hollywood: Batman, Bambi, esas películas. Pero así también se crea un espectador. Primero lo llevás de la mano, ve lo que le ofrecés y después le das opciones para que vaya eligiendo. Ahora, si no lo llevaste, no descubrió que ese evento cultural podía ser significativo para él o incluso transformador (porque hay muchas personas que ir a una sala de cine de chicos les cambió la vida). Ahora, para que esa posibilidad exista, primero tenés que entrar por algún lado y ese lado puede ser cualquiera. A mí me encanta ver Tarkovski, Herzog, pero no fue lo primero que vi. Si me hubieran llevado a ver Tarkowski el primer día seguramente hubiera odiado el cine.

Por otro lado, salta a la vista en el corpus de entrevistas la recurrencia de mencionar como una manera de formación de espectadores al Programa “Las Escuelas Van al Cine” del INCAA. Dicho programa consiste en acercar a los estudiantes de escuelas secundarias a los Espacios INCAA para ver películas argentinas de manera gratuita y que luego los profesores, utilizando cuadernillos elaborados por el INCAA, trabajen en el aula la película vista. Pero aunque la mayoría de los entrevistados coinciden en el rol de las escuelas como espacios fundamentales para la formación de espectadores, también están de acuerdo en que es un programa al que le falta continuidad. Precisamente, Ana Perera asegura que “Las Escuelas van al Cine” debería reflatar y profundizarse, pero admite la dificultad de sostener acciones relacionadas con la formación por los cambios de gestión del INCAA. A este comentario se le suma el de Ronald Santana, quien afirma que en el CTMU solo llegaron a dar una película en el marco de dicho proyecto y que luego “se cortó por un tema burocrático dentro de la estructura del INCAA. Porque INCAA en los últimos años ha cambiado mucho la estructura, cambiaban de directores como si nada”. Sobre dicha proyección cabe destacar un dato curioso -o no tanto. La película proyectada, *Luna de Avellaneda* (Campanella, 2004), narra una historia con la que

el CTMU puede relacionarse muy fácilmente: un grupo de vecinos que lucha por salvar su club de barrio frente a una severa crisis que amenaza con convertirlo en un casino.

La continuidad de un programa como este, tiene que ver con crear en los jóvenes el hábito de ver películas en el cine y de ver películas que no siguen la lógica de superhéroes. De hecho, Lucas Vaimbrand afirma:

... es un programa que tiene que tener una constancia porque si se interrumpe, es muy difícil que las próximas generaciones, primero, se acerquen al cine al argentino sea por el medio que sea, y segundo, se acerquen a una sala de cine.

Pero para Lucas Vaimbrand la formación de espectadores no debería pensarse solamente con programas institucionales de construcción a futuro (como “Las Escuelas van al Cine”), sino también construyendo espectadores de diferentes edades y priorizando en esa formación el análisis territorial. Es decir, una formación que dialogue más con los intereses y las necesidades de la comunidad, pensándola como una herramienta de reterritorialización, en términos de García Canclini (1989).

#### **4.4.1 Encuentro entre realizadores y público**

Las entrevistas también dejan ver que los actores involucrados conciben como instancias de formación valiosas y enriquecedoras a los encuentros que se dan entre el público y representantes de las películas (no solo directores, sino también guionistas, productores, actores, técnicos, etc.). El valor de tales encuentros radica principalmente en darle a conocer a los espectadores cómo funciona lo que está detrás de la pantalla y la cámara, es decir, siguiendo a Ana Broitman, “entender que las películas no son una cosa que se hacen en un lugar lejano y que solo se tratan de superhéroes, sino que las películas pueden hablar de nosotros y las podemos hacer nosotros” y en ayudar a despertar o desarrollar vocaciones: “Me parece que es fundamental, sobre todo en los jóvenes y niños, generar estímulos que permitan proyectar una realidad distinta”, asegura Leandro González. Además, ambos investigadores coinciden en que la importancia de estos encuentros también tiene que ver con que generan convocatoria y publicidad en los medios locales. Sin embargo, este último aspecto es complejo y presenta divergencias entre los entrevistados. Dentro de los trabajadores del CTMU, Néstor Barreau afirma que las actividades con realizadores de películas las organizan ellos mismos sin el soporte logístico del INCAA o de la Municipalidad de Unquillo, y que por eso les falta difusión. Ronald Santana, además, asegura que los encuentros antes estaban organizados y costeados por



el INCAA, pero que en un momento dejaron de hacerse y el cine de Unquillo no pudo asumir los costos de viáticos y estadía de los invitados. Desde Espacios INCAA, Lucas Vaimbrand explica:

Justamente, en los últimos años hubo por lo menos un año y medio que no se hizo ninguna actividad. Después se retomó con un criterio que yo no estaba de acuerdo, que tenía que ver con según como estaba funcionando cada sala, se veía qué sala necesitaba generar una actividad para aumentar cantidad de espectadores, con una visión de cuestión estadística -que creo que no puede ser la única. [...] ¿Qué pasa? En las actividades a veces es difícil que un actor o una actriz pueda viajar porque tiene otras actividades. Porque, por ahí, cuando se presenta la película pasó un año desde que se filmó, o más, entonces el actor o la actriz está en otro rodaje o en una obra de teatro o en una serie. [...] y, por ahí, la película que se presenta con un actor o una actriz no está tan vinculada con las necesidades de esa comunidad. Ha pasado de viajar y que la presentación sea con 20 personas, y en la misma sala, otra película con un director que por ahí no es tan conocido, por la temática, después van 100 personas. Entonces también hay que analizar bien qué es lo que conviene hacer. Si hacer actividades simplemente por hacerlas o ver puntualmente en cada caso, en cada sala, qué es lo que conviene hacer. [...] Pero lo ideal es que la sala proponga una actividad teniendo en cuenta y confiando en que lo hace pensando en la comunidad.

Según Ronald Santana, frente a este panorama, el CTMU organiza encuentros entre espectadores y representantes de películas locales:

... acá dimos, por ejemplo, la película del Cura Brochero. Esa es una película que el INCAA no la mandó en su momento, pero desde uno de los colegios católicos de acá nos pidieron la película entonces dijimos “bueno, la vamos a conseguir”. Y había dos versiones y mirando las versiones me encuentro con una en la que el Cura Brochero está protagonizado por Pablo Tolosa que es un actor que vive acá en Unquillo. Entonces dijimos “bueno, vamos a traer la que el actor es de acá”. Y, bueno, trajimos la película, le avisamos a Pablo y en un momento estaban todos los chicos mirando la película, terminó la película y apareció Pablo. Imagínate la cara de los chicos de ver al Cura Brochero ahí delante de ellos, ¿no?

#### **4.5 Formación de identidad y ciudadanía: la necesidad de potenciar la fuerza reterritorializante**

Como se indicaba en el marco teórico, con la llegada a la Argentina de las grandes cadenas exhibidoras a mediados de los 90, se originaron nuevos hábitos de consumo sumamente enajenados de lo local que, en los últimos años, con el avance de las TIC y la cultura digital, se

aceleraron y profundizaron. Bajo ese panorama, el vínculo con el espectador pasó a estar desentendido del espacio situado en el que se despliega la práctica, por la pérdida de la relación “natural” de la cultura con los territorios geográficos y sociales (García Canclini, 1989, p. 288). García Canclini destaca la importancia de las fuerzas reterritorializantes que funcionan como contrapeso ante el avance extranjerizante y dentro de este tipo de tendencias se puede pensar al Programa Espacios INCAA. Precisamente, recuperar el cine como un espacio de formación de identidad nacional figura dentro de uno de sus objetivos.

#### **4.5.1 Identidad Nacional**

En este aspecto, el valor del CTMU tiene que ver con ser la única sala INCAA de la zona, es decir, siguiendo a Lucas Vaimbrad, “el único espacio que garantiza la exhibición de cine argentino, que es la representatividad que tenemos nosotros como sociedad”. En la misma línea, Marcelo Ray sostiene que proyectar películas argentinas o latinoamericanas en el cine unquillense es un gran desafío, especialmente, pensando en las generaciones más jóvenes, pero asegura:

Eso tiene un valor muy grande y es una lucha muy desigual contra Disney o las grandes cadenas de la tele y, bueno, ahora todas las plataformas. Pero me parece que es una lucha que vale la pena y sí creo que contribuye.

Los programadores del INCAA, sin embargo, advierten sobre las limitaciones de pensar el cine nacional como un todo homogéneo que materializa el objetivo del programa de manera uniforme en todas las salas INCAA del país. Ana Perera, sostiene al respecto:

... a nivel general, todo el cine nacional, en cada película, habla un poco de nosotros, pero no es lo mismo porque, como digo, nosotros somos todos argentinos, pero no es lo mismo alguien que vive en Jujuy que alguien que vive en Neuquén. Porque, bueno, no es el mismo clima, no es el mismo paisaje, no sé. Si bien es verdad que todas las películas hablan un poco de nosotros, no todos nos reflejamos con lo mismo en ese sentido.

A raíz de esto, la jefa de Programación enfatiza la importancia de fortalecer los relatos locales:

... las salas funcionan muy bien, en este sentido, cuando exhiben películas que se han producido en el lugar, en la localidad o en la región. Por varias razones. Primero, porque muchas veces la misma comunidad ha participado o tiene alguien que ha participado, o está la persona que fue el realizador o la realizadora, o los integrantes del equipo están ahí. Entonces, obviamente, familiares, amigos y todos se involucran en la producción. Entonces, [...] cada vez que hemos

exhibido películas que tienen que ver con la región, con la localidad, siempre funcionan muy bien porque, bueno, también reflejan la identidad del lugar, digamos.

En la misma línea, Lucas Vaimbrand sostiene: “toda sala [...] termina siendo una construcción como espacio de identidad nacional, pero [...] lo más importante es la construcción de identidad comunitaria porque eso hace a la identidad nacional en un punto”.

#### **4.5.2 Identidad Local**

Tanto desde la perspectiva de la Municipalidad de Unquillo como desde la del Programa Espacios INCAA, el CTMU forma parte de la identidad local significativamente debido a que contribuye con la recuperación de la memoria histórica de la comunidad, funcionando como puente entre generaciones. Los trabajadores del CTMU dan cuenta de este aspecto, tal como se refleja en los dichos de Ronald Santana: “nosotros le llamamos ‘una cajita de cristal’ porque es un cine que tiene como 90 años, lo conocen todas las generaciones”. Y en lo mencionado por Guillermo Lavayen: “hay gente, mucha gente, mayores y no tan grandes que te dicen ‘¡Uh! yo cuando era chico venía al cine’ y esto y lo otro, y te cuentan mil anécdotas. [...] La gente se acuerda mucho de cómo era cuando venían a ver películas, que venían con sus abuelos o sus tíos”.

El vínculo del cine de Unquillo (y el de todas las salas INCAA) con el pasado, puede pensarse de acuerdo con la propuesta de Marshall Berman (1982). El autor, al referirse a la centralidad que tienen las tradiciones en las sociedades contemporáneas, asegura que las personas experimentan la vorágine de la modernidad como una amenaza radical a su historia y sus tradiciones, y se vuelven propensas a creer en mitos nostálgicos de un “paraíso perdido premoderno”. Dice Berman:

Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. (p.1)

Ayuda a comprender el fenómeno de las tradiciones el planteamiento de Raymond Williams (1997) en torno a los procesos complejos que se dan dentro de la cultura dominante. Williams concibe a la experiencia social como un proceso abierto y dinámico, por lo que destaca la importancia de lo “residual” y lo “emergente”. Este último concepto refiere a los nuevos

significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente (p. 140), mientras que

Lo residual, por definición, ha sido formado efectivamente en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural; no solo –y a menudo ni eso– como un elemento del pasado, sino como un efectivo elemento del presente. Por lo tanto, ciertas experiencias, significados y valores que no pueden ser expresados o sustancialmente verificados en términos de la cultura dominante, son, no obstante, vividos y practicados sobre la base de un remanente –cultural tanto como social– de alguna formación o institución social y cultural anterior. (1997, p. 139)

En ese sentido, Marcelo Ray afirma acerca del Espacio INCAA de Unquillo: “sentís que estás en un cine de otro tiempo. Eso a la gente le gusta y le hace bien. No es el cine al que le pasó a la industria por arriba y las butacas son siempre las mismas”. Si se piensa, entonces, al CTMU como un espacio que no responde a los parámetros de la cultura digital dominante, resulta valioso el aporte de Ana Broitman, quien resalta la importancia de la supervivencia y/o reapertura de los cines locales, como el de Unquillo, gracias a las diferentes luchas dadas por colectivos de vecinos reunidos:

... el INCAA actuaba cuando las comunidades lo requerían. Hubo alguien de Unquillo que le dijo “Che, tenemos esta sala y no queremos que desaparezca”. Entonces ahí hay una vinculación con la sala. A veces los lugares tienen una carga y no da lo mismo que sea acá o allá, a veces un lugar condensa una serie de memorias que son relevantes para que sea ese lugar. [...] Eso a mí me parece interesante. Que haya un interés de la comunidad porque esos espacios existan, ya, de por sí, es interesante. Y no me parece casualidad que sea el cine, porque el cine fue uno de los artefactos culturales más importantes del siglo XX, y ahora está en una especie de mutación, ¿no? Tanto en su producción como en su consumo.

No obstante, si bien el CTMU representa un patrimonio cultural de Unquillo, los entrevistados divergen a la hora de pensar la fuerza de su carga simbólica en la comunidad. Dentro de los trabajadores del CTMU, Ronald Santana y Guillermo Lavayen distinguen entre el “para afuera” y el “hacia adentro”, haciendo referencia a visión de las personas que no son unquillenses y a cómo se lo ve dentro del municipio. El director de la sala sostiene: “en el ‘para afuera’ la gente lo primero que piensa de Unquillo es la Capilla Buffo, después sería el Museo Spilimbergo, y creo que estaríamos en tercer lugar, ...un tercer y merecido lugar”. Y a este comentario se le suma el de su compañero:

O sea, es mucho menos publicitado o mucho menos conocido que los cursos, pero quizás yo lo comparo con eso y hace infinidad de años que funciona. O sea, el cine funciona desde hace mucho antes que los cursos de Unquillo y es una referencia. [...] el curso es todo para afuera, muy visible, muy ruidoso. El cine no, pero a nivel tradición, a nivel cultura del pueblo, está desde siempre [...] no es algo que vos decís “uh, mirá, ahí está el cine” para los de afuera, pero, digamos, todo el mundo sabe dónde está el cine.

Aunque Ronald Santana y Guillermo Lavayen coinciden en pensar que en los últimos años se está haciendo del cine unquillense un espacio mucho más visible y con más presencia, el tercer integrante del equipo, Néstor Barreau, discrepa. Reconoce el orgullo que siente por el crecimiento de público en el último tiempo, pero asegura que, a raíz de la falta de difusión, la mayoría de los vecinos no solo no van al CMTU, sino que no hablan del CMTU y no lo reconocen como parte de su vida:

O sea, si vos no hacés la difusión que tenés que hacer respecto al cine, y bueno, el cine va a quedar ahí y se recordará cuando venga alguna de esas películas que llenan la sala. “Ah, mirá, la están dando en Unquillo”. Y vos fijate lo que pasa con esa falta de difusión: se sorprenden cuando vos le traés una película de Disney. “¿Qué?, ¿ustedes van a dar tal película?”, como diciendo “ustedes no existen”.

Esta divergencia también se da entre quienes representan la voz municipal. Mientras que el ex director de Cultura, Marcelo Ray, asegura que el CTMU no forma parte de la identidad local actualmente y que “los espacios ya llevan seis años en los que van perdiendo peso en la vida del pueblo”, Cecilia Galará afirma acerca del cine: “Indudablemente es parte de la identidad local [...] y deseamos, desde la Dirección de Cultura y Turismo, que sea cada vez más protagonista en la identidad cultural local”.

Los desacuerdos, a su vez, aparecen en relación con el vínculo que tiene el CTMU con otras instituciones de Unquillo. Pese a que los entrevistados coinciden en la importancia de la articulación entre instituciones locales, existen opiniones heterogéneas acerca del grado de desarrollo o calidad de dicha articulación.

A nivel municipal, Cecilia Galará afirma:

... se han organizado también, en distintos momentos, actividades que comenzaban en la Casa del Cultura y terminaban en el cine. A lo largo de todos estos años ha habido muchos eventos que se

articulan. También cuando se hace la Noche de la Cultura, que es un evento que se ha realizado varias veces en Unquillo, el cine también participa de esas actividades con alguna propuesta.

Sin embargo, Marcelo Ray explica que en su época de gestión de la Dirección de Cultura lo que se intentaba era trabajar todos los espacios culturales de manera conjunta y complementaria. No obstante, encuentra que dicha visión se ha perdido en la gestión actual, afirmando: “Cada espacio se fue desmembrando y el cine sigue con su lógica, pero solo, aislado de todo”.

Por su parte, los trabajadores del CTMU acuerdan en que el vínculo del cine con las escuelas de Unquillo está consolidado y es provechoso, pero divergen al ponderar la relación de la sala con otras instituciones: Ronald Santana destaca que el espacio se alquila a instituciones privadas, solistas o grupos artísticos locales; Guillermo Lavayen señala que el CTMU funciona como sala para el coro y la banda de música municipal; y Néstor Barreau asegura: “Con los museos no existe relación, con los centros vecinales [...] está mal hecho”, además de argumentar que no existen lazos con los artistas plásticos locales y que se podría generar una vinculación interesante:

¿Es un pueblo de artistas? Bueno dale, vamos a darle alguna voz arquitectónica al cine utilizando a los artistas del pueblo. Y bueno, yo tengo los elementos, hay libros donde tiene la historia del cine [...] que ¡vos vieras lo que es! O sea, cuando el cine tenía balcones, la sala tenía balcones y hasta el cine se utilizaba para hacer bailes, se sacaban las butacas. Bueno, todo eso tiene que ver con la historia del cine y todo eso no se utiliza y se podría utilizar. [...] la belleza arquitectónica del cine está relacionada con la antigüedad que tiene y tenés material como para que, a partir del material, vos puedas elaborar cosas nuevas relacionadas con toda esa belleza que tiene que ver con historia, se puede hacer.

Además, llama también la atención que los tres trabajadores del cine de Unquillo se refieran al vínculo que tiene la sala con el Centro de Producción de Animación (CPA) de manera diversa. Ronald Santana, por su parte, sostiene que la relación es recíproca: “es algo bueno tener un polo donde se van a hacer películas que las vamos a poder dar acá en el cine [...] Y para ellos es tener un lugar que es tremendo banco de pruebas”. No obstante, Guillermo Lavayen plantea que falta más canalización y trabajo en conjunto entre ambos espacios; y Néstor Barreau asegura que el vínculo entre el cine y el centro de animación no existe: “tendríamos que utilizarnos mutuamente en el buen sentido para potenciarnos. Pero, de repente, un viernes a las

seis de la tarde ellos pasan una película. O sea, ¿cuál es el chiste? ¿Qué?, ¿me vas a sacar gente a mí? O sea, es una estupidez”.

Las respuestas de los actores involucrados reflejan la diversidad de valoraciones con respecto al vínculo de la sala unquillense con las demás instituciones locales (sociales, educativas y culturales). Sin embargo, un aspecto que también forma parte de la identidad local y que encuentra recurrencia entre los entrevistados es el carácter patrimonial del CTMU. Tal característica tiene que ver, principalmente, con la puesta en valor de sus aspectos arquitectónicos. En ese sentido, los rasgos que más se destacan son el hall de entrada, la pequeña boletería, el piso de madera de la sala, las butacas, el techo con el cartel original, los murales de la pared exterior y, más que nada, la combinación del aspecto antiguo del edificio (ambientado en los años 60) con los recursos técnicos actuales con los que cuenta (la calidad de la pantalla y el sonido).

#### **4.5.3 Ciudadanía**

En cuanto los conceptos expuestos en el marco teórico acerca de consumos culturales y ciudadanía, en vinculación con los contrastes que presentan la práctica social de ir al cine - especialmente a salas como la de Unquillo- y los nuevos modos de consumo en plataformas, resulta pertinente la reflexión de Ana Rosas Mantecón (2009a) sobre la relación compleja y contradictoria entre ser ciudadano y consumidor cultural. La autora sostiene que la mayoría de las ofertas culturales tratan a los públicos como consumidores y no como ciudadanos con derechos, asegurando:

... el acceso al universo cultural y simbólico en todos los momentos de la vida y la participación cultural son elementos fundamentales de formación de la sensibilidad, la expresividad, la convivencia y la construcción de una ciudadanía plena. Dado que son estimulados de manera muy desigual por el mercado, constituyen uno de los mayores desafíos para las políticas culturales en tiempos de globalización. (p. 99)

En ese sentido, Lucas Vaimbrand considera que una de las maneras que tienen los Espacios INCAA de contribuir a la construcción ciudadana es generar buenas experiencias en el público a través de una curaduría (investigación, selección y recomendación), a nivel programación, pensando en las necesidades de la comunidad:

... si vos generás una buena experiencia lo más probable es que esa persona [...] vuelva a la sala de cine y que genere, también, lazos con otros espectadores que, por ahí, no conoce. Y ahí también tenés una forma de construcción ciudadana, una construcción simbólica que tiene que ver con que personas que no se conocen generan lazos por medio de un proyecto cultural.

En la misma línea, Ana Perera sostiene que la mayor contribución del CTMU al desarrollo de la cultura local se da con la proyección de películas locales (no solo unquillenses, sino también cordobesas). Si bien la jefa de Programación reconoce que gran parte del cine nacional todavía sigue siendo producido en Capital Federal, tiene en cuenta la importante cantidad de producción audiovisual de Córdoba y, aunque admite que Unquillo no es lo mismo que Ciudad de Córdoba, entiende que “tiene mucho más que ver con ellos (los cordobeses) que con nosotros (los porteños)”.

La idea de que la ocupación del espacio público nos hace existir como sociedad, ya que es ahí donde se concreta que vivimos y convivimos en comunidad (Cano, 2017), permite reflexionar sobre el CTMU en vinculación con lo mencionado por Ana Brotiman, quien sostiene que una de las principales fortalezas de los Espacios INCAA es que son lugares que “se legitiman como centros de encuentro en donde la comunidad puede expresarse, reconocerse y encontrarse”.

Sin embargo, al evaluar la apropiación del cine de Unquillo por parte de los vecinos, los entrevistados admiten que aún queda un largo camino por recorrer. Los programadores de Espacios INCAA hacen foco en la propuesta de programación de la sala, y aseguran que para que el público se apropie del espacio hace falta más análisis territorial, es decir, pensar más territorialmente la programación basándose en lo que necesita y quiere ver la comunidad unquillense. Sobre este punto reflexiona Ana Perera, pensando en la diferencia entre las salas INCAA y los espacios privados, y enfatiza en la importancia de desarrollar mayor apropiación a nivel local:

... estaría bueno crear mayores lazos con la comunidad. Que los propios unquillenses se sientan más vinculados o se apropien del espacio, creo que eso siempre es beneficioso para cualquier lugar, centro cultural, sala, o cualquier espacio comunitario. Creo que eso siempre está bueno que la gente se apropie de ese lugar [...] y quiera concurrir porque lo siente propio. Y no solo que vaya, sino que diga “che, quiero ver tal cosa, por qué no hacemos tal otra”. También al sentirlo propio, se involucra y empieza también a “gestionar”, de alguna manera, tirando ideas, solicitando actividades... qué sé yo. Como que hay un intercambio que está bueno, que enriquece



y lo diferencia, a la vez, de un cine comercial o de un teatro, porque ahí simplemente vos vas, ves lo que te dan, te sentás, te comés tu pochoclo y se acabó. Y ves lo que te ofrecen y listo. Pero no existe ese intercambio o ese posible intercambio que creo que es lo que diferencia a estos espacios.

Cecilia Galará, desde la visión municipal, asegura que no es tanto la programación el factor clave en torno a la falta de apropiación, como sí lo es la preferencia de los espectadores por consumir contenido cinematográfico o audiovisual en plataformas digitales:

... es un proyecto que depende de la recepción que tiene de parte de los vecinos, que muchas veces no se apropian. Tenemos vecinos que están más con la camiseta puesta del cine y otros que tienen otras modalidades de consumo de cultura.

Además, Galará resalta una problemática relacionada con la comunicación y difusión del CTMU, al decir que “todavía hay muchos unquillenses que no conocen el cine, no conocen lo accesible que es y continúan yendo a Córdoba a consumir cine”.

#### **4.6 Comunicación, convocatoria y fidelización: “venir para encontrarse”**

Para que el CTMU se establezca como centro de encuentro de la comunidad, obviamente, primero tiene que lograr que la comunidad vaya. Si bien, por lo menos en el corto plazo, convertirse en un espacio de afluencia masiva no figura dentro de sus metas o proyecciones, necesita generar convocatoria para poder llevar a cabo sus objetivos. Para comprender la importancia de dicho fenómeno, resulta de gran utilidad la explicación que elabora Leandro González:

... el primer objetivo de todo espacio cultural es llenarlo de gente. Hay una frase de Hitchcock que a mí me gusta mucho que dice “el cine es el arte de llenar butacas”. Me parece una frase muy provocadora, pero al mismo tiempo me parece clave porque, en general, cuando pensamos en las prácticas culturales obviamos el aspecto fundamental y ese es que se produzca un encuentro. Hay cultura cuando la cultura circula y cuando hay alguien que la decodifica, la recibe, la resiste, lo que quieras. Pero si no hay un espectador, no hay verdaderamente un encuentro cultural. [...] hay una frase de Cortázar que dice “un puente es un hombre cruzando un puente”. Bueno, en un cine pasa lo mismo: un cine es una persona sentada en el cine. El edificio vacío no sirve para nada.

A continuación se exponen los modos de acción que llevan a cabo quienes hacen el CTMU para llamar al público y posteriormente, fidelizarlo.

#### 4.6.1 Comunicación y convocatoria

En lo que respecta a Espacios INCAA, las estrategias de comunicación apuntan, sobre todo, a dar a conocer la existencia de las diferentes salas del país. Para ello, actualmente se utilizan redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram), pero en el pasado existieron también otros canales como un sitio web y un acuerdo con CINE.AR en el que, en algunas tandas publicitarias del canal, se compartía información acerca de diferentes Espacios INCAA. Sin embargo, los programadores Ana Perera y Lucas Vaimbrand coinciden en que, si bien el convenio entre el INCAA y los Espacios establece que cada sala debe hacer su propia publicidad, la comunicación y la difusión son -y han sido siempre- un punto débil del Instituto. A continuación se observa que las últimas publicaciones de sus redes sociales datan de agosto y noviembre de 2020.

Figura 2



Nota. Captura de pantalla de la página de Facebook del INCAA. Recuperada de <https://www.facebook.com/espacioincaa/>

Figura 3



Nota. Captura de pantalla de la página de Twitter de Espacios INCAA. Recuperada de <https://twitter.com/espaciosincaa?lang=es>

En este aspecto, se vuelve a hacer notoriamente visible la definición compleja del “nosotros-ellos” de parte de quienes hacen el Programa Espacios INCAA, tal como se revela en los comentarios de Ana Perera: “en su momento, teníamos una página web que después dejamos de tener porque nos la sacaron” o “a veces parece loco, ¿no? que teniendo y estando dentro del propio INCAA no se pueda hacer un poco más al respecto, pero bueno, es así”. En relación con esto, Lucas Vaimbrand explica que el INCAA posee una comunicación deficitaria cuando se trata de las diferentes salas:

Lo que pasa con las redes sociales del INCAA es que son consumidas en su mayoría, en un 80%, por gente que vive en Buenos Aires. [...] Ahora, eso es un problema porque quiere decir que los canales de comunicación institucionales no están llegando a la comunidad de cada Espacio INCAA. Entonces, la comunidad se entera por la red propia de la Municipalidad o el Facebook e Instagram de la sala. O sea, en ese caso depende de la comunicación y difusión que puede hacer localmente la sala. [...] Falta una política, realmente en serio, de comunicación con los territorios,

pero eso es un problema y una falencia histórica del Instituto que se aboca más a las cuestiones de financiamiento para la producción, dejando de lado la parte de la exhibición.

A nivel local, los trabajadores del CTMU hablan sobre la difusión y aseguran que la principal estrategia es la distribución de folletos que incluyen la programación semanal y además funcionan como 2X1. Además, se nombran la página de Facebook, el sitio web de la municipalidad y las listas de difusión de WhatsApp como los canales digitales con los que cuenta el cine de Unquillo. La divergencia aparece a la hora de evaluar dichas estrategias. Desde el ámbito municipal, Cecilia Galará afirma que la programación semanal “llega a miles de vecinos de la ciudad”. En la misma línea, dentro de los trabajadores del CTMU, Ronald Santana y Guillermo Lavayen coinciden y sostienen que “la gente se entera por todos los medios lo que estamos pasando en el cine” y que “se fueron aprendiendo y poniendo en práctica algunas técnicas o algunas opciones para favorecer la afluencia”, respectivamente. No obstante, Néstor Barreau sostiene que la difusión del CTMU es deficitaria y, en ese sentido, responsabiliza a la Municipalidad:

... es un déficit, o sea, siento que ahí estamos mal, las estrategias no se han fortalecido [...] la Municipalidad tiene un montón de maneras de llegar a la gente [...] los carritos, el Facebook, y tienen otras cosas también que pueden hacer sin ningún tipo de problema y eso habría que aprovecharlo mucho más, habría que ponerle más esfuerzo a eso. Después vas o no vas al cine, después si no te gusta la película no vas a ir, pero yo quiero que te enteres qué película estoy pasando el jueves, cuál es el estreno. El estreno te lo quiero plantear 15 días antes y decirte “mirá que para tal fecha vamos a estrenar esa película que vos tanto estás esperando” y bueno, que se entere todo el mundo.

Llama la atención que en el sitio web de la Municipalidad de Unquillo, la sección de la Dirección de Cultura y Turismo incluya videos de todos sus espacios culturales excepto del CTMU, como se ve a continuación.

Figura 4

### Casa Museo y Capilla Buffo

Casa de veraneo de Leonor Allende, primera periodista cordobesa; Guido Buffo, artista e investigador; y su hija Leonor Buffo. En este paraíso serrano vivieron sus mejores momentos y soñaron un triple legado de Arte, Ciencia y Educación para las futuras generaciones.

Su historia de amor aún conmueve a quienes visitan la vivienda transformada en Casa Museo, que guarda pertenencias, documentos y obras de la familia. La capilla y cripta familiar, síntesis de las investigaciones científicas y artísticas de su autor, guarda murales al fresco y péndulos de Foucault iluminados por luceras de precisión astronómica.

Su tienda es un espacio de exposición y venta de artesanías locales.



### Cine Teatro Municipal

El cine Rivadavia fue fundado por la familia Ramé en el año 1928. Inmediatamente se transformó en un espacio de reunión privilegiado de la comunidad de Unquillo que, en esas primeras décadas del siglo 20, transitaba el camino del desarrollo turístico. La sala se utilizó especialmente para la proyección de cine; no obstante, también se la utilizó para la realización de bailes, espectáculos musicales y actos de las instituciones educativas de la localidad.

De esta manera el espacio permitió el acceso de la población local a la producción cinematográfica, posibilitó la recreación, facilitó el encuentro entre lugareños y turistas, muchos de ellos pertenecientes al círculo de artistas de trascendencia nacional como Luis Sandrini y Tita Merello.

En la década del '60 la sala fue remodelada, se renovaron los equipos de sonido y proyección y se eliminaron los balcones para ganar espacio y comodidad, transformándose en una de las mejores salas de la región, que funcionó hasta 1991.

Su reapertura como Espacio INCAA y Cine Teatro Municipal se dio el 19 de diciembre de 2008, gracias al esfuerzo que el Municipio y los vecinos sostienen hasta la actualidad. Aún con sus butacas "vintage" y el valor histórico del espacio, la sala cuenta con tecnología digital para cine en 2D y 3D de alta resolución, sonido envolvente 7.1 y una pantalla tres veces más luminosa que posibilitan una experiencia audiovisual de gran calidad.

En este espacio de encuentro para la comunidad local y regional, se realizan ciclos de cine, eventos, obras de teatro, danza, música, narración y más. En su exterior se encuentra el mural homenaje a Quirino Cristiani, célebre habitué y pionero del cine de animación que pasaba sus veranos en nuestra localidad.

Nota. Captura de pantalla de la página web de la  
Municipalidad de Unquillo. Recuperada de  
<https://unquillo.gov.ar/cultura-y-turismo/>

Figura 5

### Casa de la Cultura

Sede de la Dirección de Cultura y Turismo, espacio desde donde se organizan las actividades de más de 30 talleres culturales, de artes y oficios.

Los Elenos Estables desarrollan aquí su actividad: Coro Polifónico Municipal, Coro de Niños, Banda Municipal, Elenco de Teatro y Murga la Unquillense. En los jardines de la Casa de la Cultura se encuentra el Algarrobo Abuelo de Unquillo, de más de 300 años, que guarda junto a sus raíces la apacheta donde cada mes de agosto se realiza la celebración de la Pachamama.

Desde allí se organizan las actividades de Baile Social y Milonga que se desarrollan los fines de semana en el Patio Español del Edificio Municipal.



### Museo de la Ciudad

Antigua Estación de trenes de Unquillo. Su creación, el 29 de Agosto de 1913, es considerada el Acta Bautismal de la ciudad. Este espacio alberga las memorias de la ciudad. Exhibe una línea de tiempo que atraviesa la historia de Unquillo. En su sala principal se desarrollan muestras temporales en homenaje a unquillenses ilustres y diversas temáticas de nuestra identidad.

Es sede de talleres culturales, encuentros y presentaciones de música en vivo. En su tienda pueden adquirirse recuerdos y productos regionales. Está ubicado en el centro del Parque Integrador Acceso Sur, rodeado de espacios recreativos, a metros del MACU (Museo de Arte Contemporáneo Unquillo).



Nota. Captura de pantalla de la página web de la Municipalidad de Unquillo. Recuperada de <https://unquillo.gov.ar/cultura-y-turismo/>

Figura 6

### Casa Museo Lino Spilimbergo

Se trata de una pequeña posada de principios del siglo XX, que el artista plástico Lino Enea Spilimbergo (1896-1964) eligió como su lugar en el mundo año por 1952.

El primer museo municipal, fundado en 1972, conserva el atelier del Maestro con su caballete original y otros elementos de pintura, que mantienen el aura de su presencia intacta. En tanto en la Sala Spilimbergo se aprecian una serie de grabados realizados con chapas de aguafuerte originales. En la misma sala se exhibe una colección de materiales y herramientas originales del maestro, donadas recientemente al museo. En los muros exteriores de la Casa Museo se encuentra un mural con el retrato de una figura femenina, descubierto bajo capas de pintura, restaurado y preservado para apreciarlo durante las visitas al museo.

Este destacado espacio cultural de la Ciudad es sede de encuentros de artistas de diferentes disciplinas y desarrolla proyectos junto a instituciones educativas. En su sala principal se realizan muestras temporales de artistas contemporáneos, mientras que en la tienda pueden adquirirse libros y postales de la casa museo y de artistas unquillenses.



### Casa Museo y Centro Cultural Rivolta

Hogar de la familia de Eugenio Rivolta y María Dieguez, oriundos de Devoto, quienes junto a sus hijos Bernardita, Inri, Verónica, David, María Del Carmen y Marta se radicaron en Unquillo en 1945.

La inmensa actividad cultural de la familia Rivolta, tuvo sus mayores exponentes en Eugenio (1907 - 1985) y sus hijos David (1938 - 1995) y Marta (1950 - 2009), quienes durante décadas mantuvieron su espacio abierto a la comunidad, ofreciendo talleres de artes visuales y literatura junto a la exposición de pinturas y esculturas de su autoría.

Donado al municipio en 2010 para convertirse en Casa Museo y Centro Cultural, se mantiene dedicado a formar a artistas unquillenses y difundir su trabajo. Este espacio conserva el atelier donde Eugenio Rivolta se dedicaba a pintar paisajes con técnica impresionista y cuenta con tres salas de exposición donde se realizan exhibiciones de la familia y artistas de diferentes disciplinas. En su tienda pueden adquirirse obras de arte en pequeño formato y reproducciones de imágenes de artistas locales.



Nota. Captura de pantalla de la página web de la Municipalidad de Unquillo. Recuperada de <https://unquillo.gov.ar/cultura-y-turismo/>

En lo que a convocatoria refiere, los trabajadores del cine de Unquillo destacan con satisfacción el progresivo aumento de público en los últimos años y el importante caudal de espectadores en los meses previos a la pandemia. Ese crecimiento lo atribuyen, entre otras cosas, a la cantidad de películas comerciales/infantiles proyectadas, que no son solo proyecciones convocantes, sino también oportunidades propicias para la difusión de otras propuestas. Lucas Vaimbrand señala acerca de la programación infantil:

... eso implica llevar a la familia y ahí los adultos ven que hay otra programación para ellos también después y es una forma que encontraron muchos Espacios INCAA de convocar más público o, por lo menos, difundir un poco más las películas. Porque una de las cosas que se confunde mucho es la comunicación y la convocatoria. Y la comunicación no significa la convocatoria de público, significa que la gente se entere que existe la película y que el Espacio va a pasar eso. Ahora, después tenés que trabajar para que la gente vaya al cine, que es otra etapa.

#### 4.6.2 Fidelización

Además del millonario aparato publicitario con el que cuentan, las grandes plataformas digitales de contenido audiovisual, tal como se mencionaba en el marco teórico, logran la fidelización de su público poniendo el foco en la satisfacción del usuario y su experiencia. En ese sentido, no parecería haber diferencias con el CTMU que también se propone generar buenas experiencias y personalizar el trato con los espectadores. Sin embargo, en vez de utilizar *Big Data* para concentrarse en hiperindividualizar la oferta, la principal manera de fidelización del CTMU es proponer un espacio de encuentro donde se generen vínculos. No solo entre los espectadores, sino también con quienes se ocupan del espacio.

Bajo esa perspectiva, el investigador Leandro González plantea, además, una diferencia con las interacciones que se dan en las salas comerciales:

... que vos no llegues a la sala y el boletero te diga “sí, a la izquierda, sí, a la derecha, son \$30”, etc. Digamos, que haya un vínculo [...] que la persona que vaya a la sala sienta que hay un elemento que lo interpela a nivel personal.

Si se tiene en cuenta que los complejos privados poseen boleterías virtuales y terminales automáticas para imprimir las entradas, que reducen la interacción entre los espectadores y los trabajadores de la sala, el contraste resulta considerable. Inclusive, los cines *multiplex* fomentan la compra de los tickets a través de sus sitios web o aplicaciones móviles, recurriendo a consignas como “no pagás de más y te ahorrás la fila!”<sup>14</sup>. Mientras que Néstor Barreau menciona sobre el cine de Unquillo:

Por lo general el cine, salvo con aquellas grandes películas, no se llena. O sea, aunque sea sobre la hora, vas a tener tu entrada y vas a tener tu lugar. La gente suele, o solía, venir al cine 40 minutos antes sabiendo que le sobraba lugar, pero venía para encontrarse, ¿entendés?

Precisamente, los trabajadores del CMTU resaltan enfáticamente “el trato humano personalizado”, “la gestión relacionada con la confraternidad”, “la calidez” y el “estar predispuestos a difundir un poco la sinopsis de cada película para que la gente sepa lo que va a ver” como valores que hacen a la fidelización del público; además de señalar la accesibilidad en el precio de las entradas, el valor histórico del edificio, el cumplimiento de los horarios y

---

<sup>14</sup> Ver la página <https://www.cinesargentinos.com.ar/boleteria/>

cuestiones edilicias como la limpieza de la sala, y la calidad de imagen y sonido. Es decir, la centralidad de la fidelización está puesta menos en el contenido y las “comodidades”, y más en pensar al cine como práctica cultural colectiva y espacio público.

Aunque las películas de mayor convocatoria en el CTMU suelen ser las infantiles o las grandes producciones argentinas, el público más fidelizado no es aquel que va a ver las películas taquilleras, sino que se relaciona más bien, según Néstor Barreau, con “toda esa gente que quería ir al cine, que es cinéfila, que les apasiona el cine y le gusta y ya saben de cine”. Y como explica Marcelo Ray, ese público fidelizado, ese núcleo duro del cine de Unquillo se creó con la reapertura del espacio en 2008:

... se vincula mucho con determinado perfil de un grupo que llegó a Unquillo y se instaló, más intelectual, profesionales, de clase media o media alta, universitarios, muy parecido probablemente a lo que pasa en un cine club. Gente a la que le gusta este cine nuestro. Ese es un grupo fijo y duro que apareció cuando lo abrimos.

Dicha tendencia con respecto al público se corresponde con los datos que arroja la segunda Encuesta Nacional de Consumos Culturales del SInCA, en la que se pone de manifiesto que la asistencia a las salas de cine tiene un comportamiento muy asociado al nivel socioeconómico: la encuesta indica que en 2017 solo un 35% de la población asistió al menos una vez al cine y que la mitad de este total lo hizo con una frecuencia trimestral.

#### **4.7 Ruptura espacial y experiencia colectiva: una manifestación pública en la que “se detiene el tiempo”**

Como menciona el investigador Leandro González, el cine como bien cultural y como medio de comunicación, lo que hace es diversificar la experiencia que tenemos del mundo. Esto es, nos permite tener una imagen del mundo mucho más amplia que la que tenemos por nuestra experiencia directa. Además, según González, el cine cumple una función de evasión porque estimula una imaginación que es central en la modernidad, ya que todas las personas tienen una necesidad de ficción, es decir, necesitan “salir” del entorno inmediato o escaparse de la realidad inmediata que las rodea. En estos aspectos coinciden los trabajadores del CTMU. Sobre el cine como una ventana por la que diversificamos nuestra experiencia, Guillermo Lavayen menciona que “hay películas que te muestran muchas cosas y uno puede sacar visiones diferentes, miradas [...] Y es difusión de historia, difusión de la idiosincrasia de un pueblo”. Y sobre la necesidad



de ficción que tienen los sujetos, Néstor Barreau afirma que “el cine lo que hace, entre otras cosas, es aislarte o permitirte que te aísles y hasta que te olvides, de alguna manera, cuál es tu realidad”. Es interesante, en convergencia con esto último, lo que plantea Lucas Vaimbrand, quien asegura que si bien el cine de alguna manera rompe con lo real, al mismo tiempo lo potencia. Haciendo referencia a películas que tratan temáticas relacionadas con ciertas realidades sociales, el programador dice: “más allá de que obviamente es un relato, en algún punto termina potenciando esa construcción sea porque uno la lleva o porque uno no la conocía y te llega a través del cine”.

Lo cierto es que esa evasión, ese escape de lo cotidiano que se aleja de la realidad o que la potencia, se intensifica en las salas.

#### **4.7.1 Lo extraordinario**

La sala de cine constituye un espacio que marca una ruptura espacial con “el afuera” al generar una atmósfera particular a partir de la oscuridad, las luces de la pantalla, el silencio del público, el no uso del celular, etc. Ana Perera, por ejemplo, expresa que “se detiene el tiempo”, Guillermo Lavayen asegura que la pantalla de la sala “te absorbe”, y Ronald Santana sostiene: “te metés en ese mundo [...] entrás en otra dimensión”. Sumado a estos comentarios, Leandro González dice:

... el cine, como el teatro, es un ritual. Yo creo que esa parte del hall cuando vas entrando a la sala, lo que hace es marcar la diferencia entre lo ordinario y lo extraordinario. Es decir, es la zona liminal donde vos pasás de un lugar a otro, un lugar metafísico si se quiere.

En ese sentido, y recuperando las nociones de Gustavo Lins Ribeiro (2002) sobre el espacio-público-real y el espacio-público-virtual, es pertinente la reflexión de Ana Perera en torno a la sala de cine:

... en un tiempo donde cada vez hay más ansiedad en lo virtual, en donde vos vas a una confitería y hay dos personas sentadas cada una en su celular, y en las redes tenés un millón de amigos pero te pasa algo y no hay nadie; esas cosas que son como grandes contradicciones. Tener un lugar donde uno pueda volver a conectar con lo físico, con lo concreto, me parece que va a ser muy necesario. Como las plazas.

A su vez, según explica Leandro González, el hecho de tener que quedarse sentado durante dos horas, sin moverse mucho y compartiendo el espacio con otros espectadores genera una predisposición especial y “es un compromiso mutuo no solo con el espectáculo

cinematográfico, sino también con los otros”. Porque además de la vivencia en un espacio extraordinario que no se puede imitar en el hogar, el principal diferencial de las salas por sobre el consumo en plataformas es la convivencia con otros.

#### **4.7.2 Lo colectivo, la copresencia y la proximidad**

La práctica social de ir al cine responde a la necesidad de las personas de estar en grupo, de compartir experiencias, de encontrarse, de entablar lazos y, en el caso de un espacio como el CTMU, de fortalecer el sentido de pertenencia a la comunidad. La mayoría de los entrevistados plantea que tal experiencia no es imitable en el consumo hogareño, ya sea individual o en compañía de familia o amigos. Sobre dicho aspecto, es interesante lo que aporta Néstor Barreau al hablar de lo que ocurre en el cine de Unquillo:

... el cine tiene que ver con los vínculos. O sea, vos en tu casa ¿con quién vas a ver la película? Llamás a un grupo de amigas ponele, con tu familia, con tus hijos, con tu esposa, o con quien fuere, pero no más que eso. Vos en el cine te terminás encontrando, y más en el cine de pueblo, con todo el mundo, y está muy bueno.

Los entrevistados destacan las emociones compartidas dentro de la sala (las risas, los llantos, las expectativas y las tensiones causadas por la película), afirmando que las personas se sienten interpeladas por lo que le pasa a los otros y dichas emociones se contagian y se potencian.

Y además de compartir emociones, la proximidad corporal dentro de la sala genera interacción entre los sujetos, más allá de que sean desconocidos. Leandro González, recuperando la idea del compromiso de los espectadores, explica que el intercambio y la conexión se producen independientemente de si hay o no hay diálogo:

... todo evento en el espacio público o semipúblico genera un compromiso. La copresencia siempre genera un vínculo con el otro, aunque no interactúes, porque en la práctica estás interactuando. Por ahí no estás hablando o discutiendo con la otra persona, pero, de algún modo, a través de la gestualidad o de tu comportamiento o conducta estás dialogando con los demás.

En concordancia con eso, Lucas Vaimbrand agrega:

... el cine para mí es como en la calle cuando uno dice la famosa frase “hay que tomar la calle como una forma de manifestación pública”, bueno, el cine es eso, es como una manifestación pública. Que, más allá de que lo veas con tu pareja o con amigos o en la plataforma en tu casa, no es lo mismo porque estás con conocidos y me parece que lo interesante es cuando estás con un

desconocido en esa manifestación pública en la calle o en el cine. Y ni hablar cuando es una película que toca una temática, y que además el cine argentino lo hace bastante, con una realidad social, una realidad histórica, con una forma de contar también.

#### **4.8 Convivencia o competencia: la experiencia colectiva y situada como antídoto en la cultura digital**

Los contrastes que se fueron marcando a lo largo de estos apartados dejan ver notables diferencias en relación con las condiciones de exhibición y consumo. Pensar acerca de las distintas maneras de ver cine (o ir al cine) compitiendo o conviviendo entre sí, es un asunto con valoraciones, sobre todo, recurrentes entre los entrevistados.

Respecto de las salas *multiplex*, Marcelo Ray se refiere al CMTU como un cine que “nunca va a ser un cine de shopping y tampoco quiere serlo, pero uno puede verlo como debilidad en el sentido de que el consumo masivo busca más ese modelo”. En ese sentido, el cine de Unquillo no representa una amenaza para el sector privado-comercial en la competencia cuantitativa, es decir, en las cifras de asistencia. Pero sí puede pensarse que su “peligro”, en palabras de Valentina Stacco (2019), reside en la resignificación que postula en torno a la práctica social de ir al cine debido a que plantea otro vínculo con la proyección cinematográfica, cuestionando, de este modo, a las formas hegemónicas de consumo audiovisual (p. 10).

En referencia a las plataformas digitales, como se mencionaba anteriormente, la oferta de programación casi ilimitada y la posibilidad de la construcción del propio espacio-tiempo para el consumo, deja a las salas de cine en una posición de desventaja. Más aún al cine unquillense que cuenta con una programación todavía más reducida en cantidad de películas. Desde esa óptica, Néstor Barreau confronta con la lógica de las plataformas, enfatizando la desigualdad entre los poderes hegemónicos de la comunicación y las salas de cine que, en su opinión, terminan cerrando si no reaccionan:

Al INCAA le resultó comodísimo CINE.AR, muy cómodo [...] ¿Y los Espacios?, o sea, ¿nosotros? Creo que hay entre 60 y 80 Espacios INCAA en el país, ¿qué hacemos nosotros? Vamos a pelear. O sea, presentemos todos los protocolos, hablemos con el INCAA, digámosle “sí, está todo bien con CINE.AR, está buenísimo, pero nosotros queremos abrir las salas”. O sea, la gente tiene que ir al cine porque si no termina desapareciendo, terminan desapareciendo los cines.

Sin embargo, en contraposición a esto, la programadora Ana Perera asegura que “todo funciona en la medida, [...] en que no se abusen y se aniquilen cosas entre sí” y que hay que adaptarse a la idea de que ambos tipos de consumo conviven y aprovechar las particularidades de cada uno. En esa dirección, sostiene:

O sea, hay como una cuestión romántica de la sala y, obviamente, está buenísimo y no es lo mismo. Porque claramente, y gracias a Dios, no son lo mismo. Está buenísimo ver una película en una sala e ir con alguien o incluso solo, pero estar viéndola en comunidad y toda esa energía que se genera en ese lugar, y que pueda aparecer el director, la directora, los actores, y actrices o quien sea, y poder tener una conversación y que nos cuenten, y después de la película ir a algún lugar. Como evento social me parece que es fabuloso, está genial [...] Ahora, no por eso hay que decir que todo lo demás es una mierda.

La mayoría de los entrevistados comparte esta visión, al entender la realidad actual de las pantallas múltiples no como competencia, sino como una ampliación en el abanico de posibilidades de consumo audiovisual. De hecho, Leandro González, asegura que hay una dialéctica entre lo hogareño y la salida que se da porque

... por un lado, se fortalecen las tendencias relacionadas con el consumo hogareño y aparece también una tendencia que antes no existía que es la del consumo en movilidad [...] pero, al mismo tiempo, estar tanto tiempo en casa nos genera la necesidad de salir.

En ese sentido, y en concordancia con lo expuesto en el marco teórico, los entrevistados coinciden en que, en principio (por lo menos en el corto plazo), no van a morir las salas de cine por lo valioso de la experiencia situada y extraordinaria porque siempre vamos a tener la necesidad de salir de nuestra casa. Además, la opinión recurrente en el corpus de las entrevistas es que las salas deberían profundizar su carácter de espacio de sociabilización y lugar de encuentro, respondiendo a las necesidades del público local para, justamente, diferenciarse de las plataformas en vez de intentar competir con ellas.

#### **4.9 Impactos de la pandemia: “la gente se va a apoderar de esa vuelta a los lugares donde se sintió identificada, querida, protegida, entretenida”**

Si bien la pandemia hizo poner en pausa las actividades del CTMU por más de doce meses, los programadores Ana Perera y Lucas Vaimbrand rescatan un aspecto positivo en vinculación a los Espacios INCAA que ya se venía dando, pero que se profundizó en el contexto

del aislamiento. Como se indicó anteriormente, La Red Federal de Espacios INCAA hizo que las salas fortalecieran considerablemente los vínculos entre ellas, planteando sus problemáticas y generando propuestas, en palabras de Lucas Vaimbrand, “como si fueran una organización de base”. Una de esas propuestas fue el ciclo “Conversaciones en los Espacios INCAA” que consistía en charlas con directores, directoras, actores y actrices, realizadas en las diferentes salas y transmitidas por *streaming* en las páginas de Facebook de los distintos Espacios. Ana Perera, en torno a ello, destaca:

... cuando está el Estado implicado o capital o nación, como que hay una actitud de estar esperando siempre que “nación” o “capital” o “el INCAA” o “el Estado” te dé o te guíe o te marque. Y lo que me pareció lo más genial es que hubo un corrimiento de eso, entonces fue “bueno, basta. No vamos a esperar al INCAA”. Como diciendo “arranquemos y veamos qué pasa”. Y, para mí, solo ese hecho valió la pena todo. [...] Creo que eso solo ya es un montón y que valió la pena porque eso es poder.

A nivel municipal Cecilia Galará, si bien resalta el fortalecimiento de la Red de Espacios INCAA y el ciclo de Conversaciones en *streaming*, admite que no hubo mucha más actividad en las redes sociales de CTMU. Explica que solo se realizaron publicaciones en el Facebook de la sala unquillense sobre efemérides del mundo cinematográfico porque los empleados del CTMU “no se adaptaron mucho al trabajo desde casa, a la producción de manera remota en el marco de los medios digitales”.

En ese sentido, Néstor Barreau manifiesta descontento con que la sala de Unquillo haya estado cerrada más de un año, en relación con bares y restaurantes que reabrieron varios meses antes, asegurando que la sala cerrada significa “darle de comer a los poderes hegemónicos relacionados con la comunicación”. Esto converge con lo expuesto por Leandro González, quien plantea que uno de los impactos que dejó la pandemia es la necesidad de pensar en mecanismos de sostenimiento de la cultura en un sentido amplio que contemple específicamente a los espacios, en este caso a las salas de cine. Como explica el investigador, si bien la cultura es el primer sector que se resiente ante cualquier crisis, “lo más frágil no es la cultura, sino los espacios culturales”. Esto se hace evidente al ver la cantidad de contenidos culturales que se “liberaron” masivamente en plataformas digitales (películas, series, documentales, libros, obras de teatro, entrevistas, recitales y festivales, incluso clases y talleres), en contraposición a la cantidad de espacios que tuvieron que cerrar o que quedaron con enormes deudas debido a la falta de ingresos.

### **4.9.1 Expectativas**

Los entrevistados manifiestan incertidumbre en relación con la vuelta de la actividad del CTMU (cuándo, cómo, con cuánto público será, cuál será la programación, etc.). En esta línea, Lucas Vaimbrand se refiere al calendario de estrenos de INCAA explicando:

La expectativa del 2021 es de mucha incertidumbre porque hay muchos rodajes parados que no sabemos cuándo se van a estrenar esas películas. Hay varias películas que decidieron estrenar por CINE.AR para cobrar la última cuota de subsidio y no sabemos si van a querer después pasar por Espacios INCAA.

No obstante, a pesar de la falta de certezas, se pueden imaginar algunos posibles escenarios. Al reflexionar sobre los factores que van a intervenir en la convocatoria de público, los trabajadores del cine de Unquillo piensan que va a tener mucho que ver la oferta de películas que tenga el CTMU. Guillermo Lavayen, por su parte, no cree que la cantidad de público disminuya e incluso sostiene “hasta es posible que haya más gente que quiera ir al cine”. Sus compañeros y los programadores de Espacios INCAA, en cambio, coinciden en que en un principio el público va a ser menos (dejando de lado la reducción en la capacidad de la sala por protocolo sanitario) debido a cierto miedo o resistencia a la idea de compartir un lugar cerrado con desconocidos. Sin embargo, están de acuerdo en que con el paso del tiempo la necesidad del encuentro presencial con otros se va a imponer; las personas se van a ir acostumbrando al nuevo contexto y volverán con normalidad al cine, tal como declara Guillermo Lavayen: “vamos a querer seguir yendo a lugares a compartir cosas, a cruzarnos con gente totalmente desconocida [...] vamos a seguir con la necesidad de salir a espacios públicos a ese contacto entre personas”. O como afirma Néstor Barreau: “la gente se va a apoderar de esa vuelta a los lugares donde se sintió identificada, querida, protegida, entretenida”.

De acuerdo con el protocolo sanitario, que establece la ocupación del 30% de capacidad de la sala como máximo (70 plazas), puede pensarse como “ventaja” el hecho de que la tendencia general de público para la mayoría de las películas del CTMU no significa una importante afluencia.

### **4.9.2 Estrategias de supervivencia y retorno**

En vistas de utilizar la herramienta de la virtualidad a su favor, Guillermo Lavayen, enfatiza también la cuestión de las redes sociales para brindar más información sobre las

películas: “bueno, te paso el tráiler, te paso más comentarios, más ideas o vos participá, preguntá”. Ronald Santana, además, menciona la idea de habilitar la sala para recitales u obras por *streaming* mientras no se puedan realizar proyecciones presenciales, no solo como una forma de generar ingreso económico en el CTMU, sino también para proveerles a los artistas performáticos locales la posibilidad de realizar espectáculos en un espacio propicio.

Los trabajadores del CTMU, pensando en el retorno a la actividad, afirman que lo que se tiene que potenciar es el buen trato a las personas. En palabras de Ronald Santana: “vamos a estar con la misma postura de una sala con cierta calidad, con un precio accesible y con la atención de siempre”. A su vez, el responsable de la sala de Unquillo resalta que la intención es hacer sentir al público del CTMU protegido y cuidado, no solo físicamente, sino también anímicamente: “que la gente no sienta el cambio, darle esa tranquilidad. O sea, que no sienta como que está entrando a un hospital”.

Desde el programa Espacios INCAA, Ana Perera destaca la propuesta que realizaron los programadores al Instituto de organizar una programación distinta, más federal y que contemple el trabajo en comisiones para debatir títulos y actividades. La jefa de Programación, además, plantea que el diferencial del CMTU, como estrategia de retorno, debería ser priorizar el encuentro y lograr que la comunidad se sienta reflejada y se apropie del espacio.

En resumen, en términos de reterritorialización se prevé profundizar el análisis local para construir una programación más vinculada con la realidad de la comunidad. Al mismo tiempo, pensando en el valor del encuentro presencial, se espera profundizar el carácter colectivo de la experiencia cinematográfica.

⇒ Volver al índice

# Capítulo 5

# **CONCLUSIONES**



## 5- CONCLUSIONES

*Casi no recordábamos que ir al cine nos gustaba tanto*

— Antonio Muñoz Molina (2008)

### 5.1 Introducción

El presente trabajo ha explorado la forma en que los actores del CTMU valoran el rol sociocultural del mismo en un momento histórico en el que se debe enfrentar, no solo a los impactos de los nuevos hábitos de consumo cultural, sino a la modificación de las prácticas sociales y la incertidumbre sobre su porvenir a causa de la pandemia de COVID-19. A continuación se sintetizan los principales aportes de esta investigación y su entrelazamiento, a través de una lectura integral y cohesionada que intenta responder a los objetivos planteados al comienzo del trabajo.

El enfoque del estudio, puesto no tanto en la producción cinematográfica como sí en la exhibición y principalmente en el consumo, requiere pensar al cine como práctica social y como espacio público; y reflexionar acerca del encuentro y desencuentro entre las pantallas y los espectadores.

Desde la década de los 90, con la digitalización de las salas de cine y la llegada al país de las firmas exhibidoras transnacionales que consolidaron la tendencia a los complejos *multiplex* en los shoppings de las ciudades más grandes de Argentina, los modos de consumo cinematográfico comenzaron una profunda transformación. Ante el desarrollo y la concentración de las empresas extranjeras, los espacios históricos de proyección local entraron en crisis. Quebraron y cerraron sus puertas o se convirtieron en locales comerciales o centros religiosos, por ejemplo. Con el avance de los equipos de video domésticos y luego de Internet, las TIC y los dispositivos móviles, el control sobre la elección del contenido, el momento y el lugar en dónde verlo pasó a estar en manos de los espectadores. El consumo de cine acabó tan abstraído de lo local como anclado en lo global, formando parte de un vínculo desentendido del territorio concreto en el que se despliega la práctica, modificando de esta manera, el uso del espacio público y el paisaje urbano. En 2004, con la creación del programa Espacios INCAA se recuperaron, se reabrieron y se aggiornaron técnicamente numerosas salas de cine tradicionales, con el objetivo principal de garantizar la exhibición de producciones cinematográficas argentinas en todo el territorio nacional.

El histórico cine de Unquillo, propiedad de la familia Ramé, que se encontraba fuera de funcionamiento desde 1991, reabrió sus puertas como Cine Teatro Municipal y Espacio INCAA km 725 en 2008. Desde ese entonces, ha priorizado el encuentro comunitario que se produce en la práctica social de ir al cine, buscando garantizar su accesibilidad y resignificando los rasgos que lo hacen único. Sin embargo, a nivel global, las nuevas tendencias de consumo de contenidos audiovisuales en plataformas digitales han tenido cada vez más penetración y desde finales de 2019 y principios de 2020, con la aparición y desarrollo de la pandemia mundial de COVID-19, se han visto enormemente profundizadas y aceleradas, poniendo en crisis la supervivencia de multiplicidad de espacios y actividades culturales y planteando serios interrogantes sobre su futuro. En ese aspecto, si bien el análisis de las entrevistas pone de manifiesto que la dependencia estatal del CTMU comprende tanto debilidades como fortalezas en el contexto actual, la salvaguarda que significa el sostén del Estado cobra significativa relevancia.

## **5.2 El rol sociocultural de un cine-teatro municipal: democratizar el acceso, contribuir al desarrollo de artistas locales y reivindicar la práctica colectiva en el espacio público**

Al retomar los conceptos expuestos en el marco teórico, de brecha digital y brecha cognitiva (Kong Montoya, 2016), se entiende como una responsabilidad del Estado garantizar el acceso a la conectividad, reconociéndola como una condición necesaria para ejercer plenamente la ciudadanía en la actualidad. Pero pensando en el acceso a los bienes culturales, en especial al cine, y en su relación con la construcción ciudadana, ¿bastaría con que todas las personas tuvieran conectividad y acceso a las plataformas digitales de contenido audiovisual?

En primer lugar, lo que se reproduce en las plataformas más masivas es, siguiendo a Fernández del Castro y Aparicio González (2014), el discurso cinematográfico hegemónico globalizado de la cultura digital que extiende cosmovisiones del mundo mayoritariamente estadounidenses, sin incluir miradas heterogéneas, sin comprometerse con la realidad social y respondiendo a un modelo de consumo rápido y escapista (p. 94). Por otro lado, si bien la plataforma CINE.AR Play puede pensarse como una respuesta frente a ese panorama, debido a que funciona como contrapeso ante el avance extranjerizante, la relación de consumo que plantea con el espectador sigue estando desvinculada de territorios geográficos específicos.

Por el contrario, en el CTMU se enfatiza la reterritorialización, en palabras de García Canclini (1989), porque no solo se busca resignificar el discurso cinematográfico, incluyendo una pluralidad de voces, sino que se promueve la construcción ciudadana al recuperar y poner en valor un espacio con marcados rasgos identitarios locales, que se legitima como lugar de encuentro de la comunidad. En ese sentido, la fuerza reterritorializante que ejerce el INCAA al fomentar la exhibición y el consumo de cine argentino, se potencia aún más en los Espacios INCAA que se anclan en comunidades concretas e intentan articular la experiencia cinematográfica con el entramado social.

Ahora bien, lo que refleja el análisis de las entrevistas es que el proyecto del CMTU no está exento de contradicciones y tensiones, tanto endógenas como exógenas. Dentro de los obstáculos internos se encuentra el hecho de que los trabajadores de la sala tengan valoraciones tan divergentes sobre ciertas cuestiones. Además, la delimitación heterogénea del “nosotros-ellos” entre quienes hacen el CMTU resulta en una dinámica compleja entre las partes (trabajadores del cine de Unquillo, Dirección de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Unquillo y Programa Espacios INCAA) en la que unas responsabilizan a las otras al mencionar carencias y ejecuciones deficitarias. Pero, por otro lado, las amenazas del “afuera”, las presiones externas al CMTU no pueden ser resueltas por los trabajadores de la sala ni por las autoridades municipales o nacionales, ya que exceden su poder de incidencia. Esto es, los efectos ligados a la globalización y a la desterritorialización y las tendencias cada vez más acentuadas de los nuevos modos de consumo.

Al poner en vinculación esto último con la responsabilidad central del Estado en la implementación de políticas culturales, resulta interesante el aporte de Leandro González quien sostiene que al Estado hay que evaluarlo por lo que intenta hacer y no por lo que hace porque, justamente, lo que hace está determinado también por una infinidad de factores incontrolables. El investigador agrega:

... toda política cultural busca generar un ciudadano, un espectador, etc. Pero no perdamos de vista que eso es más difícil hacerlo con el cine que hacerlo por otros medios. [...] tenemos que reconocer que no podemos, a través del cine, cambiar el mundo ni cambiar una ciudad, no se puede. Sí podés ofrecer una alternativa [...] El Estado tiene que tomar esa función, decir “mirá, existe todo esto que vos conocés y además existe esto. Hay bibliotecas, cines, teatros. Espacios físicos a los cuales para ir tenés que salir de tu casa”. [...] Si no te gusta y no lo disfrutás, fantástico,

pero el Estado cumplió su función y lo demás será función del ciudadano que elige una cosa o la otra.

En ese sentido, lo más importante del CTMU es que exista. Su conservación, su reapertura y su sostenimiento constituyen una victoria en sí misma, ya que bien podría haberse convertido en una playa de estacionamiento, una iglesia o un supermercado, como le sucedió a la mayoría de las salas de diferentes ciudades o pueblos del país durante los 90. El cine de Unquillo, por tanto, contribuye a materializar los propósitos de la Dirección de Cultura y Turismo y los objetivos del Programa Espacios INCAA porque los interpreta y trata de llevarlos a la práctica. No obstante, el corpus de las entrevistas pone de manifiesto algunos aspectos insuficientes que deberían subsanarse o, cuanto menos, revisarse.

A nivel municipal, la Dirección de Cultura y Turismo no parece fomentar de manera muy activa los vínculos del cine unquillense con otras instituciones culturales de la localidad, además de los colegios. El protagonismo local de los museos no se aprovecha para pensar una dialéctica entre el cine y las artes plásticas, y tampoco se potencia el lazo del CTMU con el CPA, aunque pertenezcan al mismo campo artístico-cultural. En cuanto a la comunicación, más allá de difundir la programación semanal, resulta bastante llamativo que en el sitio web municipal el texto que describe a cada espacio cultural esté acompañado de un video institucional, exceptuando al CTMU que, paradójicamente, es el espacio más vinculado a lo audiovisual. Además, considerar también que la directora de Cultura y Turismo no accedió a ser entrevistada para esta investigación, como se explicó en el marco metodológico, permite vaticinar el lugar que ocupa el CTMU dentro de las políticas municipales actuales. Por su parte, el INCAA denota una carencia histórica en relación con la comunicación y difusión sobre los diferentes Espacios del país. En palabras del programador Lucas Vaimbrand, el Instituto “se aboca más a las cuestiones de financiamiento para la producción, dejando de lado la parte de la exhibición”. Por otro lado, si la Red Federal de Espacios INCAA (grupo autoconvocado y autogestionado por los responsables de las salas) cobró tanta fuerza en el último tiempo, y en especial durante la pandemia, fue como consecuencia de la falta de respuestas del Instituto a las necesidades planteadas por los Espacios. Necesidades relacionadas con cuestiones técnicas y políticas de programación, pero, principalmente, con la falta de directivas y planes de acción ante el cierre de las salas por la situación sanitaria. En ese sentido, es pertinente recuperar lo mencionado por Néstor Barreau en referencia al manejo pasivo de la situación de emergencia de las salas de cine por parte del presidente del INCAA: “resultó ser un tipo que terminó

conformándose con el CINE.AR [...] Es como que me está diciendo, y de alguna manera me está demostrando, que está re contento con que se cierren la salas”.

Resulta necesario, no obstante, volver a insistir en la importancia de un cine como el CTMU como espacio público de encuentro y como fuerza reterritorializante que, al ofrecer bienes de consumo cultural, contribuye a satisfacer necesidades no siempre conscientes, pero posiblemente más relevantes que la relación con la oferta cultural específica (Rosas Mantecón, 2009a, p. 94). Por ejemplo, de identificación grupal, sociabilidad, participación política, apropiación del espacio público, etc.

En ese sentido, la entrevistada Ana Broitman menciona: “el INCAA actuaba cuando las comunidades lo requerían. Hubo alguien de Unquillo que le dijo ‘Che, tenemos esta sala y no queremos que desaparezca’”, lo cual no resulta casual en un lugar como Unquillo que posee un histórico legado cultural. Porque más allá de llevar el lema de “Pueblo de Artistas”, tal como explica el ex director de Cultura y Educación del Municipio, Marcelo Ray, la reapertura de la sala estuvo guiada por el imperativo de garantizar el acceso a la cultura, es decir, “lograr que la gente sienta que la cultura está, no porque tengas un vecino artista, sino porque vos podés acceder y porque está a mano, está en tu pueblo”.

Si bien el CTMU no cuenta con un elevado grado de explicitación de las cuestiones ligadas a la identidad institucional como la delimitación de misión, visión y valores, sus principales valores, metas y objetivos se ponen de manifiesto en los discursos de los entrevistados. Ciertamente, al ser un cine-teatro, una de sus finalidades es la de ser un espacio para que los artistas locales puedan expresarse; y la comunidad pueda disfrutar de conciertos musicales, obras de teatro, espectáculos de danza y -por supuesto- cine. Además, su fuerte impronta social se materializa en la priorización de la accesibilidad y el encuentro comunitario, es decir, al revalorizar la práctica de ir al cine como un hecho colectivo y en un espacio público. Todo esto signado por la importancia que el CTMU le da a los vínculos interpersonales y al buen trato; el trato cercano y fraterno con el que se relaciona con su público. Tales objetivos se suman y se complementan con los planteados por el Programa Espacios INCAA, aunque se reconoce la dificultad para evaluar en qué medida las salas los “cumplen” debido a que, justamente, no son variables cuantitativas. Sin embargo, lo que sí puede cuantificarse es la cantidad de espectadores de una sala.

### **5.3 Nuevas formas de estar juntos y separados: los vínculos con las pantallas y fuera de ellas**

Aunque este no es un estudio sobre públicos y no busca arrojar datos estadísticos acerca de la asistencia a salas o el incremento de usuarios en plataformas digitales de contenido audiovisual, resulta fundamental pensar al público como parte inherente al hecho cinematográfico. Así como Alfred Hitchcock se refería al cine como “el arte de llenar butacas”, se comprende que para que una sala pueda funcionar y desarrollar sus objetivos necesita de los espectadores. En ese sentido, la mayoría de los estudios de cine en Argentina, niegan su lado material y se limitan a la siguiente idea:

... las industrias culturales producen objetos espirituales, cuyo estudio puede ser abordado desde una lectura hermenéutica que no precisa ninguna otra apoyatura. Las perspectivas textualistas, fuertemente hegemónicas en el campo de los estudios sobre cine [...], se cierran a la consideración de la organización material de la cultura. (Moguillansky, 2007, p. 84)

Lejos de realizar cotidianamente proyecciones masivas, quienes hacen el CTMU manifiestan orgullo y satisfacción al reflexionar sobre el camino recorrido y el aumento de espectadores en los últimos años y, particularmente, en los últimos meses previos a la pandemia. Aunque ninguno de los entrevistados recuerda los números aproximados de asistencia de las últimas mediciones, los trabajadores de la sala de Unquillo y los programadores de Espacios INCAA destacan la importancia de llevar un registro de entradas vendidas que sirva como material para evaluar políticas de programación, en relación con las preferencias y necesidades audiovisuales de la comunidad. No obstante, al reconocer que las cifras estadísticas no agotan el análisis (ya que la cantidad de espectadores que posea la proyección de una película se puede deber a una multiplicidad de factores), se priorizan las valoraciones y opiniones de los trabajadores de la sala a partir del intercambio con el público y de su conocimiento de la comunidad por estar insertos en ella.

En ese sentido, si bien el público más fidelizado del CTMU (aquel que consume regularmente las películas argentinas independientes y no quienes solo asisten ocasionalmente para ver películas taquilleras) responde generalmente, en palabras de Marcelo Ray, a un perfil “más intelectual, profesionales, de clase media o media alta, universitarios”, resulta interesante

lo mencionado por el encargado de la sala Ronald Santana basándose en la formación de espectadores:

Yo creo que nosotros hemos formado gente que ha venido a ver películas, que nunca había ido al cine a ver otra cosa que no fuera de niños, y de repente se encuentra mirando una película de autores cordobeses, por ejemplo, diciendo “ah, mirá, no sabía que acá se hacía cine, ¡qué bueno!”.

A propósito de lo expuesto anteriormente, si bien en los objetivos del Programa Espacios INCAA aparece el de “formar espectadores críticos”, el corpus de entrevistas deja en evidencia que los actores involucrados comprenden la formación, en primera instancia, como la creación de hábitos de consumo de cine en salas. Es decir, para poder acercar al público a un cine alternativo que no reproduzca los discursos hegemónicos de la cultura dominante, es necesario, primero, llevarlo a la sala. En esa dirección, no están ausentes los intentos por llevar al cine (y llevar el cine) a sectores de la población que no frecuentan el CTMU y que, incluso, muchas veces no han ido nunca a una sala. Los entrevistados resaltan el valor del Programa “Las Escuelas van al Cine” y de las proyecciones al aire libre o en espacios públicos de diferentes barrios de la localidad, organizadas en conjunto con centros vecinales. Sin embargo, como dichos programas se vieron obstaculizados en los últimos años, se vuelve importante la necesidad de reflatarlos, profundizarlos y trabajarlos con continuidad. Aun así, lo significativo del vínculo que entabla el CTMU con su público es que es intenso y perdurable, a diferencia de lo que puede darse al consumir contenido audiovisual en un televisor, una computadora, un celular, e incluso en una sala de cine comercial.

La modificación de los vínculos que se da a partir de los nuevos modos de consumo audiovisual, plantea nuevas formas de estar juntos que desplazan al encuentro de su antiguo lugar protagónico. Si con la instalación de los cines *multiplex*, asentados mayoritariamente en autopistas, ya se negaba el espacio público de la calle (Abba, 2003), en la construcción individualizada del propio espacio-tiempo a través de plataformas digitales, se des/habitan aún más los espacios urbanos. En palabras de Ribeiro (2002), la condensación del espacio-tiempo fragmenta el tejido urbano a través de aparatos vinculados a la dupla velocidad/simultaneidad (automóviles y TIC, respectivamente). Así, se aplaca el espacio-público-real -determinado por la copresencia física y los intercambios de informaciones/sensaciones inmediatas entre actores en un mismo lugar compartido (p.7)- y se propicia el espectacular desarrollo del espacio-

público-virtual, o sea, aquella copresencia electrónica en Internet que permite el intercambio entre un número indefinido de actores en una red diseminada globalmente (p.12).

El entorno se reorganiza a partir de los nuevos modos de consumo audiovisual anclados en los dispositivos digitales de uso personal, debido a que no solo se intensifica el consumo hogareño o en ámbitos privados, sino que inclusive el consumo audiovisual en espacios públicos “no busca crear un espacio social compartido, sino permitirle al espectador proteger sus ojos del escrutinio de otros y así ‘escondarse’” (Väliaho, 2017, s/n). En palabras de Marc Augé (2009), en ese nuevo consumo solitario dentro del espacio compartido, aparece “la colectividad sin el festejo y la soledad sin el aislamiento” (p. 26).

Por tales motivos, en un mundo digitalizado con una oferta cultural cada vez más hiperindividualizada y enfocada en algoritmos (es decir, en esa multiplicidad de *pantallas*, que paradójicamente *divide* públicos) cobra especial relevancia la experiencia de ir al cine no solo por la vivencia de las emociones compartidas, sino por todo lo que se da antes y después de la película. Esto es, la charla en la fila para sacar la entrada, el debate en el hall una vez finalizada la proyección, o incluso el posterior paseo para ir a comer o tomar algo, tal como lo expone García Canclini (1995):

... tan importante como el filme es el paseo familiar, la reunión con los amigos y la salida nocturna: se sale del hogar no solo para disfrutar la cinta sino también la ritualidad previa y posterior a la exhibición (p. 140).

En el caso particular del CTMU, ir al cine significa habitar la calle local. Como se mencionaba en el análisis de datos, tanto la recepción como la despedida de los espectadores de cada función se sitúa en la vereda de la avenida principal de la ciudad. Ni la previa ni el post de la película involucran un patio de comidas o un estacionamiento de shopping. Por el contrario, el entorno urbano que rodea al CTMU conserva muchos de los edificios y espacios históricos del pueblo: la iglesia, la plaza, los comercios, los bares, las casonas antiguas, etc.

Pero, además del lazo del CTMU con el espacio urbano y las actividades que puedan realizar las personas como parte de la salida al cine, las interacciones que se dan al interior de la sala hablan de un compromiso que asumen los sujetos no solo con el espectáculo, sino con los otros. Un compromiso que se genera a partir de la copresencia en un espacio público - independientemente de si se dan diálogos entre los espectadores- que tiene que ver con respetar



los horarios, mantener silencio por dos horas, no moverse mucho para no molestar a quienes se sientan al lado, etc. Un pacto de consumo ciertamente distinto al que se formula con otras pantallas (Rosas Mantecón, 2009b).

#### **5.4 Impactos e interrogantes que deja la pandemia: un futuro incierto, una estrategia tradicional**

Si se piensa en el contexto actual en términos de competencia, el CTMU se ubica en una posición de mayor desventaja frente al consumo en plataformas digitales. En primer lugar, por estar ligado necesariamente a un espacio físico cerrado, lo cual lo hace vulnerable ante a la posibilidad de tener que interrumpir su actividad debido a que, en términos sanitarios, significa un riesgo mayor que un lugar al aire libre o un espacio doméstico. Además, porque si bien el precio de las entradas es notablemente inferior a los valores de las salas privadas o las tarifas de las plataformas, en estas últimas los aranceles son mensuales y contemplan un menú de contenido disponible -exageradamente mayor a la oferta de programación del cine de Unquillo-, que se puede consumir “a la carta” según las preferencias espacio-temporales de los espectadores. Todo esto se ve reflejado en el aumento de los usuarios en las plataformas más populares a nivel global. A saber, Netflix en el 2020 superó por más de un 30% su cifra del año anterior al conseguir 37 millones de nuevos suscriptores para llegar a un total de más de 200 millones, Disney + -lanzado a fines de 2019- ya posee más de 100 millones de usuarios y Amazon Prime Video supera los 90 millones, por nombrar algunas. El caso nacional, CINE.AR Play, no fue ajeno a esta tendencia y sumó 500 mil suscriptores durante el 2020, alcanzando los 1,8 millones. Sin embargo, la pronunciada curva de crecimiento de las plataformas comenzó a desacelerarse conforme los países fueron flexibilizando sus medidas de aislamiento y las personas empezaron a pasar menos tiempo en sus hogares. Netflix, por ejemplo, obtuvo un 35% menos de suscripciones de las que tenía previstas durante el primer trimestre del 2021, hecho que no resulta sorprendente debido a que los hábitos de consumo están muy atados a las rutinas y se acomodan en función de estas (Espada, 2020).

De todas maneras, frente a semejantes cifras es evidente que a un cine de las características del CTMU no se lo puede pensar desde un lugar competitivo en términos de cantidad de público ante las plataformas o las salas privadas. La ruptura con la lógica del circuito privado-comercial y con el modelo de las nuevas pantallas es, justamente, la propuesta de una resignificación de la práctica social de ir al cine. Lo que el presente trabajo da cuenta,

es que el valor del cine unquillense radica, precisamente, en las particularidades que lo diferencian de las plataformas.

Mientras que en la lógica dominante de la cultura digital reina la tendencia individualizadora y el imperativo de generar ganancias, el CTMU, por un lado, enfatiza la accesibilidad en relación con el precio de las entradas y la ubicación de la sala, programando tanto películas comerciales y taquilleras como películas que difícilmente se encuentren en salas privadas o en las plataformas más populares. Y, por el otro lado, se dedica a crear experiencias cinematográficas extraordinarias (en el sentido de que salen de lo ordinario) en las que se resalta la sociabilidad, el encuentro, la convivencia con otros, la creación y el fortalecimiento de vínculos. En ese sentido, el valor de la experiencia situada y la necesidad de las personas de estar en grupo por fuera del espacio doméstico confronta con el augurio que presagiaba la muerte de las salas. Y en esa insistencia por no morir, las salas retoman y reivindican significados, valores y experiencias del pasado, defendiendo a la historia y a las tradiciones sociales de la amenaza que les presenta la modernidad (Berman, 1982, p.1).

Como ya se ha mencionado, el CTMU contribuye con la recuperación de la memoria histórica de la comunidad, funcionando como puente entre generaciones, tal como lo demuestran los discursos de los entrevistados: “le llamamos ‘una cajita de cristal’[...], lo conocen todas las generaciones”; “La gente se acuerda mucho de cómo era cuando venían a ver películas con sus abuelos o sus tíos”; “sentís que estás en un cine de otro tiempo. Eso a la gente le gusta y le hace bien. No es el cine al que le pasó a la industria por arriba y las butacas son siempre las mismas”. De este modo, y en vinculación con la reterritorialización que ejerce, la relevancia de su carácter tradicional se comprende como un proceso residual dentro de la cultura dominante. Siguiendo a Williams (1997), mientras que lo “emergente” alude a los nuevos significados, valores, prácticas y relaciones que se crean continuamente en la experiencia social, lo “residual” es aquello que se ha formado en el pasado, pero que todavía se encuentra en actividad dentro del proceso cultural, “no solo como un elemento del pasado, sino como un efectivo elemento del presente” (p.139). Es decir, la experiencia, los valores y los significados que pone en juego el cine de Unquillo no pueden ser expresados en términos de la cultura digital dominante y, por lo tanto, de acuerdo con Williams, son “vividos y practicados sobre la base de un remanente –cultural tanto como social– de alguna formación o institución social y cultural anterior” (p. 139). En ese sentido, la relación del CTMU con su historia no se basa en un capricho de naturaleza nostálgica del estilo “todo tiempo pasado fue mejor”. Es importante

volver a remarcar que, sin negar la realidad actual de multiplicidad de pantallas y nuevos modos de consumo, y, reconociendo también las fortalezas y las ventajas de las plataformas, el interés del cine unquillense está puesto, justamente, en diferenciarse de ellas. Porque, así como sostiene Williams, si bien todas las tendencias hegemónicas son por definición dominantes, jamás lo son de un modo total o exclusivo (p. 135). Desde esa perspectiva, una sala de cine alternativa y local que “resistió” su cierre -y aún resiste- existe en la sociedad como un elemento significativo.

Ante la conmoción y el desafío que representa la pandemia para los espacios culturales y la incertidumbre sobre el futuro, quienes hacen el CTMU se muestran, cuanto menos, optimistas en relación a la convocatoria de público. Los entrevistados aseguran que prevalecerá la necesidad del encuentro presencial a la hora del consumo cinematográfico y que, en ese sentido, luego de tanto tiempo de aislamiento, potenciar el buen trato a los espectadores y la atención personalizada, resultan estrategias fundamentales. Priorizar el encuentro, lograr que la comunidad se sienta reflejada y profundizar la apropiación del espacio por parte de los vecinos, se postula de este modo, como el camino a seguir. Esto es, retomando las nociones de Ribeiro (2002), recuperar y alentar el espacio-público-real como respuesta al constante y extraordinario crecimiento del espacio-público-virtual.

## **5.5 Consideraciones finales**

La histórica predominancia de análisis textualistas en los estudios sobre cine en la Argentina significó la falta de investigaciones que aborden una de las experiencias fundamentales de la modernidad como es la de ir al cine. El valor de analizar dicha práctica radica, precisamente, en que los consumos culturales constituyen actos de pensamiento, elecciones y reelaboración del sentido social (Rosas Mantecón, 2009a, p. 94) y permiten dar cuenta de las transformaciones de la vida urbana y de los usos del espacio público. Tal como afirma García Canclini (1997), “Hoy nos formamos más bien como personas o como individuos en el consumo. No hay que descalificar esta escena de formación. En principio, toda extensión del consumo me parece positiva: lo malo es consumir poco” (pp. 57-58).

Así, destinar este trabajo a estudiar el consumo audiovisual enmarcado en la relación entre comunicación-cultura, prácticas sociales y espacio público, permitió dar cuenta de que las plataformas digitales son un dispositivo que tiende a separar a los sujetos. Es decir, separan cuerpos que podrían estar juntos en un espacio colectivo de exhibición y consumo y, al hacerlo,

contribuyen a vaciar las calles o colmarlas de personas solitarias que se aíslan en sus consumos individualizados. La hiperindividualización de las plataformas promueve formas de des/habitar la ciudad y frente a dicha separación, una de las principales fortalezas del CTMU es que es un lugar en donde la comunidad puede expresarse, reconocerse y encontrarse, entendiendo el acceso y la participación cultural como elementos fundamentales para la construcción ciudadana. Tales elementos, siguiendo a Rosas Mantecón (2009a), son impulsados muy desigualmente por el mercado y por eso constituyen uno de los principales desafíos para las políticas culturales en tiempos de globalización (p. 99). No obstante, si la pandemia no hizo más que enfatizar las brechas económicas, sociales y culturales a nivel global, se reconoce que los desafíos que plantea la autora se complejizan aún más en la actualidad.

En un contexto de creciente fragmentación del tejido social, la incertidumbre sobre el futuro y la realidad dinámica y volátil plantean serios interrogantes para las prácticas culturales, a saber: ¿cómo se transformarán?, ¿cómo se modificará la manera de entenderlas y estudiarlas? y ¿qué lugar ocuparán las políticas públicas para el sostenimiento de espacios y trabajadores de la cultura? Tales preguntas exceden esta primera investigación y seguramente no dispongan de respuestas sencillas ni acabadas. Nuestra tarea como comunicadores, por lo tanto, podrá avanzar en esa dirección: asumiendo la responsabilidad política y social de seguir trabajando por la democratización del acceso a los bienes culturales, y reconociendo a los sujetos no como simples consumidores, sino como ciudadanos con derechos.

Para ello, resulta imposible entender a la comunicación separada de la cultura y se hace necesario concebirla como un conjunto de prácticas productoras de sentido que configuran la vida cotidiana, así como también los modos populares de relacionarse y las maneras que tienen las personas de estar juntas, es decir, pensarla más allá de su función mediática. En ese sentido, de acuerdo con Rosas Mantecón (2009a), ir al cine no es solo relacionarse con una película, sino con otros sujetos y con el entorno. Es una práctica cultural que más allá de la oferta concreta de entretenimiento, información o de una experiencia estética, contribuye a ritualizar vínculos y satisfacer necesidades de identificación grupal, integración comunitaria y participación política.

De esta manera, considerar al cine como práctica social y espacio público es también reflexionar sobre sus espacios de exhibición y consumo como lugares de comunicación e intercambio sociocultural. Reconociendo las actuales transformaciones sociales y culturales

vertiginosas, se espera que los aportes aquí realizados, no obstante, sirvan como antecedentes analíticos para eventuales investigaciones futuras que intenten buscar respuestas y completar el fragmento de realidad sobre el que se sitúa este estudio. Como se mencionó, con este trabajo se sacó “una foto” que retrata un momento único e histórico y, al mismo tiempo, como toda foto, es un recorte que refleja una experiencia concreta. Con múltiples actores y escenarios cambiantes, el desafío es ver cómo sigue la película.

⇒ [Volver al índice](#)

# Capítulo 6

# **EPÍLOGO**

## 6- EPÍLOGO

Como últimas palabras, si se me permite la primera persona, quisiera destacar algunos aspectos sobre la realización de este trabajo final. Con respecto al tema de investigación, reconozco que me inquieta desde hace ya tiempo. Durante los trece años que viví en Unquillo, pasé casi cotidianamente por la puerta del CTMU y no hubo vez que su fachada no me llamara la atención. Mi primer recuerdo dentro de la sala es bastante borroso, no sé exactamente cuándo fue -aunque no debía tener más de 15 años- ni qué película había ido a ver. Sin embargo, lo que sí me acuerdo con claridad es que era invierno, la calefacción era insoportablemente ruidosa y, así y todo, como no era lo suficientemente potente para climatizar el ambiente, las personas se llevaban frazadas de sus casas para taparse mientras miraban la pantalla. Me asombró haberme encontrado a conocidos, vecinos y profesores del colegio a la salida de la sala, cada uno con su manta debajo del brazo. Sin poder todavía racionalizarlo, me emocionó la sensación de la vivencia colectiva que soportaba el frío de una noche de domingo y el sonido imperfecto de una película poco conocida. Años más tarde, ya en etapa universitaria, para la realización del trabajo final de la materia “Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica” con un grupo de compañeros decidimos realizar una revista sobre cine cordobés y lo primero que les propuse fue hacer una nota acerca del CTMU. Ir a sacar fotos de la sala, investigar sobre su historia y entrevistar a Emiliano (el encargado de aquel entonces), no hizo más que profundizar la sensación de orgullo que sentía por el cine de mi pueblo. Tiempo después, para dar cierre al ciclo de la licenciatura, elegí retomar el estudio sobre aquel espacio al que me había aproximado académicamente en el primer año de la facultad y al cual me había acercado como espectadora en tantas oportunidades.

Sin embargo, luego de definir el tema y el enfoque de la investigación, y habiendo ya tenido un primer acercamiento al campo a partir de una entrevista inicial al responsable de la sala, la interrupción de sus actividades a causa de la pandemia me obligó a restablecer algunos aspectos del trabajo. En primer lugar, me vi imposibilitada de recurrir a la observación como herramienta de recolección de datos (que iba a acompañar a las entrevistas). Además, tuve que enfrentar la falta de material teórico sobre el contexto pandémico y, en vinculación con esto último, tuve que aceptar la incertidumbre como factor inherente a la totalidad del proceso de tesis. Esta, fue sin duda una de las cuestiones más complejas.

A lo largo de la investigación no fue fácil reconocer e intentar dejar de lado mis preconcepciones. Por momentos estuve segura de la importancia del CTMU para la comunidad de Unquillo, pero también me pregunté muchas veces hasta dónde llegaban sus obligaciones y cuánto yo esperaba del cine de Unquillo. Además, al ver que la sala seguía cerrada con el correr de los meses, dudé bastante sobre su supervivencia a la pandemia y temí su cierre definitivo. Sin embargo, en el empeño de neutralizar dichos prejuicios y opiniones personales, y con el afán de no sesgar mi percepción como investigadora, también tuve que reconocer la imposibilidad de alcanzar la objetividad. En ese sentido, me costó encontrar el equilibrio, comprender que una tesis implica un recorte y que, como postulan Bourdieu y Wacquant (1995), las visiones particulares del mundo se conforman a partir de las posiciones que ocupamos dentro un campo (p. 71). De esta manera, me resultó necesario ser cautelosa en el abordaje de la problemática de investigación al reconocer mis privilegios dentro del campo cultural. De un lado, por pertenecer a una clase media que cuenta con recursos materiales para el consumo audiovisual tanto en plataformas como en salas de cine; del otro, entendiendo también mi formación académica como privilegiada dentro del ámbito educativo.

### **6.1 *Post Scriptum* sobre la reapertura del CTMU**

Como se advirtió, los cambios vertiginosos causados por la pandemia obligaron a esta investigación a asumir las posibilidades del cierre definitivo de la sala estudiada, como así también de su reapertura. Cuando este trabajo se encontraba en instancias finales, el cine de Unquillo reanudó sus actividades luego de un intervalo de más de doce meses. En su vuelta de abril del 2021, el CTMU retomó la programación de jueves a domingos con películas nacionales y películas extranjeras (comerciales) destinadas al público infantil, con entradas de entre \$50 y \$200 y con un estricto protocolo sanitario. Este último, se encontraba explicado detalladamente en imágenes y videos ilustrativos tanto en el sitio web de la Municipalidad de Unquillo como en la página de Facebook del CTMU y también en carteles pegados en el ingreso a la sala.

Según los trabajadores del cine unquillense, la primera semana de abril la convocatoria alcanzó sus expectativas y la capacidad permitida de la sala (70 butacas). Sin embargo, con el correr de los días la cantidad de público fue disminuyendo y para la tercera semana de mayo, las funciones contaban con muy pocos espectadores. Más allá de la programación semanal, se planearon algunas actividades especiales como, por ejemplo, el desarrollo -en conjunto con una directora de cine independiente- de un ciclo de películas relacionadas con música popular. Si bien el ciclo se proyectaba para junio, las restricciones anunciadas a fines de mayo volvieron a



pausar el funcionamiento del espacio. En ese sentido, Néstor Barreau asegura: “hoy por hoy, creo que la expectativa no es muy buena no solo por la pandemia, sino porque se vienen los meses de invierno en los que se suman las típicas enfermedades de la época”.<sup>15</sup>

Nadie sabe qué les espera a los cines municipales. De momento, mientras escribo estas palabras encuentro oportuno volver a resaltar su importancia. Para ello, resulta de gran valor el siguiente fragmento con el que seguramente puedan identificarse quienes hacen el CTMU y quienes hacen las salas de cada barrio, pueblo o municipio del país:

... nuestra última misión: el encuentro. De las películas con su público, de las historias con los ojos y oídos ávidos de verlas y escucharlas, pero también de las personas entre sí. Encerrados en la oscuridad con conocidos y desconocidos con quienes convivimos y nos emocionamos en una vivencia común y profunda. Sabiendo que el cine no solo es colectivo en su realización, sino también en su recepción. Que las películas nos unen, nos transforman, nos alientan, nos cuestionan. Y que a la salida, al volver a pisar la calle, quizás el mundo ya no será para nosotros el mismo que cuando entramos. (Cineclub Municipal Hugo del Carril, 2021)

⇒ [Volver al índice](#)

---

<sup>15</sup> Fragmento de conversación entablada con Néstor Barreau a fines de mayo de 2021.

Figura 7



Nota. Familia Ramé (fundadora del CTMU). Autor desconocido. Fecha desconocida.  
Recuperada de <https://www.facebook.com/www.UnquilloRetro.com.ar/>

Figura 8



Nota. Baile en el CTMU. Autor desconocido. Fecha desconocida.  
Recuperada de <https://www.facebook.com/www.UnquilloRetro.com.ar/>

Figura 9



Nota. Sala del CTMU. Autor desconocido. Fecha desconocida.  
Recuperada de <https://maps123.net/en/AR/cine-teatro-municipal-unquillo-p451481>

Capítulo 7

# **BIBLIOGRAFÍA**

## 7- BIBLIOGRAFÍA

- Abba, Artemio (2003). Cine y ciudad en el siglo XX. Evolución de las centralidades culturales de Buenos Aires. Universidad de Buenos Aires- Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo- Centro de Investigaciones Hábitat y Municipio, (Doc. de Trabajo CIHaM N° 4), sept. [http://www.ciham.org/CIHaM%20FADU-UBA\\_files/bib-abba2003.pdf](http://www.ciham.org/CIHaM%20FADU-UBA_files/bib-abba2003.pdf)
- Anguera Argilaga, María Teresa (1999). Hacia una evaluación de la actividad cotidiana y su contexto: ¿presente o futuro para la metodología? Discurso de ingreso como académica numeraria electa. Barcelona: Reial Academia de Doctors. [https://raed.academy/wp-content/uploads/2015/02/Discurs\\_-M.Teresa-Anguera.pdf](https://raed.academy/wp-content/uploads/2015/02/Discurs_-M.Teresa-Anguera.pdf)
- Augé, Marc (2000). *Los no lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Editorial Gedisa
- Augé, Marc (2009). *El viajero subterráneo. Un etnólogo en el metro* [en línea]. Al fin liebre Ediciones Digitales. [https://data.over-blog-kiwi.com/1/38/03/91/20151112/ob\\_62a9e7\\_marc-auge-el-viajero-subterraneo-un.pdf](https://data.over-blog-kiwi.com/1/38/03/91/20151112/ob_62a9e7_marc-auge-el-viajero-subterraneo-un.pdf)
- Barnes, Carolina y Quintar, Aída (5-7 de diciembre de 2016) *Democratización de la producción audiovisual. Las nuevas tecnologías como soporte para el desarrollo de experiencias alternativas*. IX Jornadas de Sociología de la UNLP, Ensenada, Argentina. [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.9285/ev.9285.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.9285/ev.9285.pdf)
- Barthes, Roland (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Bauman, Zygmunt. (2007) *Vida de consumo*. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, Walter. (1989). *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*. Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A Ediciones.
- Berman, Marshall (1982). *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*. Editorial Siglo Veintiuno
- Borja, Jordi (2012). Entrevista al urbanista catalán Jordi Borja realizada por María de la Paz Echeverría. *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura* N° 71. Universidad Nacional de La Plata-Facultad de Periodismo y Comunicación Social. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35013/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35013/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc J. D. (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo.
- Buenfil Burgos, Rosa Nidia (1993). *Análisis de discurso y educación*. Departamento de Investigaciones Educativas- Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional. [https://www.researchgate.net/publication/315802040\\_Analisis\\_de\\_discurso\\_y\\_educacion](https://www.researchgate.net/publication/315802040_Analisis_de_discurso_y_educacion)

- Costa, Antonio (1997). *Saber ver el cine*. Editorial Paidós Ibérica.
- Fernández, José Luis (2017). Las mediatizaciones y su materialidad: revisiones, en Busso, Mariana Patricia y Camusso, Mariángeles (Ed.), *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público* (10-30). UNR Editora.
- Fernández del Castro, José. I y Aparicio González, Daniel (2014). De los caminos del cine: la democratización de la producción como devaluación artística y difusión desregulada o la gran paradoja de la era digital. *Revista Ábaco*, 2da época, volumen 1, N° 79 (89-98). <http://www.revistas culturales.com/xrevistas/PDF/72/1766.pdf>
- García Canclini, Néstor (1989). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1996). Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México en García Canclini, Néstor (Ed.) *Culturas en Globalización. América Latina- Europa- Estados Unidos: libre comercio e integración* (13-40). CLACSO, CNCA, Editorial Nueva Sociedad.
- García Canclini, Néstor (1997). *Imaginario urbanos*. Editorial Eudeba.
- García Canclini, Néstor (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica en Sunkel, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina* (26- 49). Editorial Convenio Andrés Bello.
- Gumucio Dagon, Alfonso (2014). Aproximación al cine comunitario en Gumucio Dagon, Alfonso (coord.) *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*. Documento N° 14 - FES- C3 (17-73). Fundación Freidrich Ebert.
- González, Leandro (2016). *Consumo de cine en la Argentina. Evidencia empírica y reflexiones teóricas sobre la vigencia del espectáculo cinematográfico en el siglo XXI*. [Tesis de Maestría en Ciencias Sociales], Universidad Nacional de General Sarmiento- Instituto de Desarrollo Económico y Social. [https://www.academia.edu/31560434/Consumo\\_de\\_cine\\_en\\_la\\_Argentina\\_Evidencia\\_emp%C3%ADrica\\_y\\_reflexiones\\_te%C3%B3ricas\\_sobre\\_la\\_vigencia\\_del\\_espect%C3%A1culo\\_cinematogr%C3%A1fico\\_en\\_el\\_siglo\\_XXI\\_INTRODUCCI%C3%93N](https://www.academia.edu/31560434/Consumo_de_cine_en_la_Argentina_Evidencia_emp%C3%ADrica_y_reflexiones_te%C3%B3ricas_sobre_la_vigencia_del_espect%C3%A1culo_cinematogr%C3%A1fico_en_el_siglo_XXI_INTRODUCCI%C3%93N)
- Hall, Stuart (2003). Introducción: ¿quién necesita «identidad»? en Hall, Stuart y Du Gay, Paul (comps.) *Cuestiones de identidad cultural* (13-39). Amorrortu Editores.
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill, Interamericana Editores.

- Igarza, Roberto (2012). Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital en Secretaría de Cultura de la Nación (Ed.) *En la ruta digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso* (147-158). Buenos Aires.
- Kong Montoya, Adriana (2016). Ante la brecha digital: el cine comunitario como herramienta de educación. *Revista REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, N° 72 (121-133). Universidad Autónoma Metropolitana.  
<https://www.redalyc.org/pdf/340/34051292008.pdf>
- Kruger, Clara (2006). *La presencia del estado en el cine del primer peronismo*. [Tesis Doctoral]. Universidad de Buenos Aires- Facultad de Filosofía y Letras.  
<http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/1358>
- Lago Martínez, Silvia (2012). Comunicación, arte y cultura en la era digital en Lago Martínez, Silvia (coord.) *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital* (123-141). Hekht Libros.
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2009) *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Editorial Anagrama.
- Maggio, Marina V (2015). *Cines recuperados: obstáculos y posibilidades de los espacios culturales en la ciudad*. Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires- Facultad de Ciencias Sociales.  
<http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2013/02/3368-MaggioPublicaci%C3%B3n-Cines-Recuperados-.pdf>
- Martín-Barbero, Jesús (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica, Revista de Cultura*, N° 0. <http://alvarezteran.com.ar/wp-content/uploads/2010/05/J%C3%B3venes-Comunicaci%C3%B3n-e-Identidad-Barbero.pdf>
- Martín-Barbero, Jesús (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N° 128 (13 - 29). Ediciones CIESPAL.  
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2545>
- Martínez-Salgado, Carolina (2012). El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, vol. 17 N° 3 (613-619).  
<https://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a06.pdf>
- Merlinsky, Gabriela (2006). La entrevista como forma de conocimiento y como texto negociado. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, N° 27 (27- 33). <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/27/merlinsky.pdf>
- Moguillansky, Marina (2007). El cine en la Ciudad de Buenos Aires en un contexto de transformaciones globales en *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires* (83-113) Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Observatorio de Industrias culturales.
- Neira, Elena (2018). Impacto del modelo netflix en el consumo cultural en pantallas: big data, suscripción y long tail en Acción Cultural Española (AC/E) (Ed.) *Anuario AC/E 2018*

de cultura digital (68-79).  
[https://www.accioncultural.es/media/2018/ebook/Anuario/5\\_ElenaNeira.pdf](https://www.accioncultural.es/media/2018/ebook/Anuario/5_ElenaNeira.pdf)

Paisano, Javier (2013). ¿El fin de la barraca? *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales* 2013. Madrid: Fundación SGAE.  
[http://www.anuariosgae.com/anuario2013/anuariopdfs/05\\_CINE.pdf](http://www.anuariosgae.com/anuario2013/anuariopdfs/05_CINE.pdf)

Quintar, Aída. y Borello, José. (2014). Evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en Buenos Aires. *H-industri@: Revista de Historia de LA Industria, Los Servicios y Las Empresas en América Latina*, N° 14 (81-120).  
<http://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/view/657>

Ribeiro, Gustavo Lins (2002). El Espacio-Público-Virtual. Série Antropologia N° 318. Universidade de Brasília- Instituto de Ciências Sociais.  
<http://dan.unb.br/images/doc/Serie318empdf.pdf>

Rodriguez, Marcos G (2013). Aspectos generales de las ciudades de Unquillo y Mendiolaza en *Propuesta de plan director de agua potable para las localidades de Unquillo y Mendiolaza* (24-51). Práctica supervisada- carrera de Ingeniería Civil. Universidad Nacional de Córdoba- Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales.  
<https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/792/03-Aspectos%20Generales%20de%20las%20Ciudades%20de%20Unquillo%20y%20Mendiolaza.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

Rodríguez Granell, Ana (2012). *Teoría y práctica del cine como dispositivo crítico*. Tesis Doctoral. Universidad De Barcelona- Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Historia del Arte.  
[https://guao.org/biblioteca/teoria\\_y\\_practica\\_del\\_cine\\_como\\_dispositivo\\_critico](https://guao.org/biblioteca/teoria_y_practica_del_cine_como_dispositivo_critico)

Rosas Mantecón, Ana (2009a). Consumos culturales y ciudadanía en tiempos de globalización en Piñón, Francisco J. (Ed.) *Cuadernos de políticas culturales. Indicadores culturales 2009* (90-99). EDUNTREF, Instituto de Políticas Culturales Patricio Lóizaga de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.  
[http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores\\_culturales/2009/Consumos%20-%20Ana%20Rosas%20Mantecon.pdf](http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores_culturales/2009/Consumos%20-%20Ana%20Rosas%20Mantecon.pdf)

Rosas Mantecón, Ana (2009b). *Ir al cine en la Ciudad de México. Historia de una práctica de consumo cultural*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma Metropolitana- Unidad Iztapalapa- División de Ciencias Sociales y Humanidades- Posgrado en ciencias antropológicas. <http://148.206.53.231/tesiuami/UAMI15431.pdf>

Rud, Lucía (2016). *La exhibición cinematográfica en el circuito comercial. Multicines de Buenos Aires (1997-2008): nuevas relaciones entre ciudad, oferta cultural y políticas culturales*. Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires- Facultad de Filosofía y Letras. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/6047>

Saintout, Florencia. (1998). *Los estudios de recepción en América Latina* (No. 12). Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de La Plata.

- Sánchez Ceci, Pablo D. y Bucca, Andrés E. (2020). *Comunicación y ciudad: un estudio de sentidos sobre espacio, tiempo y consumo en empresas y consumidores de aplicaciones de delivery en Córdoba (2019-2020)*. Tesina de grado. Universidad Nacional de Córdoba- Facultad de Ciencias de la Comunicación. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/17083?show=full>
- Stacco, Valentina (2019). *Un lugar propio: los espacios INCAA como estrategia de reterritorialización*. Tesina de Grado de la Carrera Ciencias de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires.
- Tello Leal, Edgar (2007). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, Vol. 4, N° 2. Universitat Oberta de Catalunya. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2521723>
- Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la Comunicación: Una manera de analizar las prácticas sociales*. [http://www.washingtonuranga.com.ar/images/propios/14\\_mirar\\_desde.pdf](http://www.washingtonuranga.com.ar/images/propios/14_mirar_desde.pdf)
- Väliaho, Pasi (2017). *Solitary Screens: On the Recurrence and Consumption of Images* en Hesselberth, Pepita y Poulaki, Maria (Ed.) *Compact Cinematics. The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media* (122-129). Londres: Bloomsbury Academic. Traducido por Inés Dussel.
- Van Dijck, José (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.
- Williams, Raymond. (1994). *Hacia una sociología de la cultura en Sociología de la cultura*. Editorial Paidós.
- Williams, Raymond (1997). *Marxismo y literatura*. Ediciones Península.
- Wortman, Ana. (21- 22 junio 2000) *Identidades sociales y consumos culturales: el consumo de cine en la Argentina*. Paper presentado en Crossroads in Cultural Studies 3rd International Conference (21-25). Birmingham, Reino Unido. <https://www.soc.unicen.edu.ar/index.php/component/content/article?id=405:articulo-wortman>

## 7.1 Webgrafía

- Brondo, Héctor (12 de febrero de 2013). *Un sueño de película en el corazón de Unquillo*. *La Voz*. <https://www.lavoz.com.ar/sueno-pelicula-corazonde-unquillo/>
- Cano, Damián (23 de febrero de 2017). *El cine como espacio público y político (FICMTY en riesgo)*. *Revista Levadura*. <http://revistalevadura.mx/2017/02/23/cine-espacio-publico-politico-ficmty-en-riesgo/>



- Definición de Big Data (s. f). *Oracle*. <https://www.oracle.com/ar/big-data/what-is-big-data/>
- Del Barco, Luis (19 de enero de 2021). Netflix supera los 200 millones de suscriptores y cierra un 2020 de récord aupada por la pandemia. *Hipertextual*. <https://hipertextual.com/2021/01/netflix-200-millones-suscriptores-coronavirus>
- Digo que te amo – 20 años del Cineclub (s.f.). *Cineclub Municipal Hugo del Carril*. <https://cineclubmunicipal.org.ar/20-anos-cineclub/>
- Enfoque Consumos Culturales (marzo de 2020). Consumo audiovisual streaming en Argentina. <http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/03/Consumo-audiovisual-streaming-en-Argentina-Enfoque-Consumos-Culturales-marzo-2020.pdf>
- Espada, Agustín (17 de abril de 2020). Entrevistado por Sabatés, Paula, La pandemia y los cambios en el consumo radial. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/260140-la-pandemia-y-los-cambios-en-el-consumo-radial>
- La generación del 60 y el Grupo Cine Liberación. (s.f.). *Cinema23*. <https://cinema23.com/trayecto23/la-generacion-del-60-y-el-grupo-cine-liberacion/>
- Los nazis y el cine como propaganda. (13 de abril, 2003). *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/opinion/los-nazis-y-el-cine-como-propaganda-nid488115#comentarios>
- Mármol, Hernán (19 de febrero de 2020). “4.5 millones de usuarios. Argentina está entre los 10 países con más suscriptores de Netflix”. *Clarín*. [https://www.clarin.com/tecnologia/argentina-10-paises-suscriptores-netflix-mundo\\_0\\_gqaLXSjU.html](https://www.clarin.com/tecnologia/argentina-10-paises-suscriptores-netflix-mundo_0_gqaLXSjU.html)
- Muñoz Molina, Antonio (8 de febrero de 2008). “Regreso al Cine”. *El País*. [https://elpais.com/diario/2008/02/09/babelia/1202515571\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/02/09/babelia/1202515571_850215.html)
- Pasantías “El Milenio” (19 de julio de 2020). Informe. ¿Cuántos Artistas viven en Unquillo? *El Milenio*. <https://elmilenio.info/2020/07/19/cuantos-artistas-viven-en-unquillo/>
- Rivero, Ezequiel (3 de mayo de 2020). Entrevistado por Fernández Romeral, Diego, Pensar en el estado de la cultura en plena pandemia. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/263270-pensar-en-el-estado-de-la-cultura-en-plena-pandemia>
- Ruiz, Bibiana y Suárez, Juan Pablo (7 de febrero de 2020). Oscar on demand. *Crisis*. <https://revistacrisis.com.ar/notas/oscar-demand>
- Tones, John (21 de abril de 2021). El aumento de suscriptores de Netflix se frena después de las espectaculares cifras de 2020 (y la pandemia vuelve a tener la

culpa). *Xataka*. <https://www.xataka.com/cine-y-tv/aumento-suscriptores-netflix-se-frena-despues-espectaculares-cifras-2020-pandemia-vuelve-a-tener-culpa>

## 7.2 Otras fuentes

Dirección General de Estadísticas y Censos de la provincia de Córdoba (2010). Síntesis del Censo Nacional 2010 de INDEC. [https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/8bdc293e-d24e-4431-9b50-03426d273cbd/download/desd\\_cn2010\\_colon\\_unquillo.pdf](https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/8bdc293e-d24e-4431-9b50-03426d273cbd/download/desd_cn2010_colon_unquillo.pdf)

INCAA (s/f). Programa Espacios INCAA. [http://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos\\_gobierno/actosdegobierno15-9-2008-4.htm](http://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno15-9-2008-4.htm)

INDEC (2019). Informe sobre acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH Cuarto trimestre de 2019. [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic\\_05\\_20A36AF16B31.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_20A36AF16B31.pdf)

Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda (2018). Plan Estratégico Territorial Unquillo. Provincia de Córdoba. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan\\_estrategico\\_territorial\\_unquillo.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_estrategico_territorial_unquillo.pdf)

SInCA (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Buenos Aires: Ministerio de Cultura. <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>

SInCA (2017). Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Buenos Aires: Ministerio de Cultura. <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>

SInCA (s.f.). Pantallazo argentino. El Mapa Cultural de la Argentina actualizó los datos de cantidad y localización de cines en el país. Dónde se ubican y por qué. <https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=38>

## 7.3 Normativa referencial

Ley 11 723. Régimen Legal de la Propiedad Intelectual. Art. 69 - inciso D. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-11723-42755/texto>

Ley 17 741. Ley de fomento de la actividad cinematográfica nacional. Art 1.  
[http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm#:~:text=LEY%20N%C2%BA%2017.741.,de%20la%20actividad%20cinematogr%C3%A1fica%20nacional.&text=Art%C3%ADculo%201%C2%BA%20%E2%80%93%20El%20Instituto%20Nacional,la%20Presidencia%20de%20la%20Naci%C3%B3n.&text=b\)%20Acrecentar%20la%20difusi%C3%B3n%20de%20la%20cinematograf%C3%ADa%20argentina.](http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm#:~:text=LEY%20N%C2%BA%2017.741.,de%20la%20actividad%20cinematogr%C3%A1fica%20nacional.&text=Art%C3%ADculo%201%C2%BA%20%E2%80%93%20El%20Instituto%20Nacional,la%20Presidencia%20de%20la%20Naci%C3%B3n.&text=b)%20Acrecentar%20la%20difusi%C3%B3n%20de%20la%20cinematograf%C3%ADa%20argentina.)

Resolución 2016/2004. INCAA. Cuota de pantalla. Art. 1.  
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-2016-2004-96178>

Resolución 166/2020. INCAA. Programa de estrenos durante la emergencia sanitaria.  
Art 1.  
<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>

## 7.4 Imágenes

Imágenes de portada. (s. f). [fotografías] <https://unquillo.gov.ar/category/cine-teatro-municipal/> y <https://institutomileniovillaallende.com/2020/04/03/nuevo-gran-estreno-de-sangre-de-fierro/>

Imágenes sin título de la página web de la Municipalidad de Unquillo. (s. f). [capturas de pantalla] <https://unquillo.gov.ar/cultura-y-turismo/>

Imagen sin título de la antigua fachada del Cine Teatro Municipal de Unquillo. (s. f). [fotografía] <https://www.facebook.com/www.UnquilloRetro.com.ar/photos/660959753981102/>

Imagen sin título de la familia Ramé. (s. f). [fotografía] <https://www.facebook.com/www.UnquilloRetro.com.ar/photos/561916633885415/>

Imagen sin título de la sala del CTMU. (s. f). [fotografía] <https://maps123.net/en/AR/cine-teatro-municipal-unquillo-p451481>

Imagen sin título de la página de Facebook de Espacios INCAA. (s. f). [captura de pantalla] <https://www.facebook.com/espaciosincaa/>

Imagen sin título de la página de Twitter de Espacios INCAA. (s. f). [captura de pantalla] <https://twitter.com/espaciosincaa?lang=es>

Imagen sin título del baile en el CTMU. (s. f). [fotografía] <https://www.facebook.com/www.UnquilloRetro.com.ar/photos/660959757314435/>

⇒ Volver al índice

# Capítulo 8

# **ANEXOS**

## 8- ANEXOS

### **1. Primer acercamiento al campo. Entrevista exploratoria con Ronald Santana: encargado del CTMU**

**27/02/2020 - 19.30 hs. Charla en el CTMU**

C: ¿Cuánta gente trabaja acá en el cine?

R: Acá en el cine somos tres personas y una chica que hace la limpieza.

C: ¿Cuáles son las tareas de ustedes tres?

R: Las tareas son: alguien que se encarga de la parte de cobrar, boletería y todo eso, que también sabe proyectar. Otra persona que también sabe proyectar y se encarga también de toda la parte administrativa, hacer todas las rendiciones, llevar todas las finanzas. Y yo que hago la programación y también proyecto y me encargo de coordinar las tareas de los tres.

C: Ya que mencionaste la programación, ¿cuál es el criterio que usas para elegir la programación?

R: Nosotros somos un Espacio INCAA, entonces la programación la organiza INCAA. La parte comercial si la organizamos nosotros y nos encargamos de películas que tienen que ver con el público infantil, porque INCAA no tiene películas infantiles, entonces la cubrimos con la parte comercial.

C: ¿Cómo es la vinculación con el INCAA? ¿les mandan un cronograma de películas?

R: Claro, nosotros tenemos un convenio con el INCAA que data del año 2008, cuando se creó el Espacio INCAA. Acá en Córdoba había tres lugares que eran la Ciudad de la Artes, Villa María y acá Unquillo. Y bueno ellos son los que se encargan de toda la parte de programación, de los envíos de los discos o los DCP, lo que sea, y nosotros lo que hacemos es toda la parte a nivel local, encargarnos con el departamento de prensa de la Muni de la difusión, los volantes, las redes, tenemos grupo de whatsapp (se refiere a que si pedís por whatsapp que te envíen la programación de la semana, te lo mandan). Bueno cubrimos todo para la difusión de las películas.

C: Y además de la vinculación con el INCAA y con la municipalidad de Unquillo, ¿tiene el cine relación con alguna otra institución de la zona?

R: Como el cine es cine-teatro, nosotros también lo utilizamos para por ejemplo, si hay un grupo de danza folklórica que lo necesita para determinado momento, está a disposición con un precio, con un costo, para solventar los gastos de la sala.

C: Claro, pero digo, ¿está en constante vinculación con alguna institución de la zona?

R: No. Pertenece al municipio. El espacio físico es de las dueñas, que tenían el cine desde 1928, y lo siguen teniendo, y la municipalidad le alquila el espacio. Los equipos son de INCAA, del año 2014 que se digitalizaron todas las salas INCAA, o la mayoría, y bueno tenemos un buen proyector, uno de los mejores proyectores de la zona, porque tenemos un equipo de 7 a 1 en el sentido del sonido, cuando todas las salas comerciales de la zona tienen 5 a 1, osea que tenemos un sonido envolvente. Y después, bueno, por lo general se trabaja con dos lámparas al mismo tiempo y las lámparas, por lo general tienen una utilidad de 3 mil horas, y nosotros a las 2,5 mil horas ya las estamos cambiando.

C: Y con relación a lo que decías de los cines comerciales, además de la parte técnica ¿qué es lo que diferencia a este cine de los cines comerciales?

R: El precio de las entradas. Tiene un precio muy accesible. Primero porque es una sala INCAA y las películas de INCAA de acá valen \$50 y para los jubilados y estudiantes sale \$25 y después el cine comercial, o la parte comercial, cuando una entrada está a \$300 más o menos, nosotros lo estamos teniendo a \$100.

C: ¿Llevan un registro de cuántos espectadores vienen mensualmente o anualmente o de eso se encarga más bien el INCAA?

R: Sí. La estadística varía un poco dependiendo de la época del año. Nosotros ahora en vacaciones es cuando más afluencia de público tenemos y depende también de la película. A veces tenemos sala llena y hay películas que duran un poco más. Por ejemplo INCAA nos mandó hace mucho tiempo “Gilda” y prácticamente la gastamos a la película, estuvo creo que dos o tres meses, pasó ahora con “El Robo del Siglo” que estuvo un mes y la sacamos porque venía ahora otra película pero si la hubiéramos dejado, seguía viniendo gente. Yo creo que es una conjunción de cosas, es un cine muy acogedor, tiene la característica de cine de pueblo todavía, tratamos de mantener la infraestructura como era antes, que eso también le llama la atención a la gente. Una señora una vez vino y me dijo “mirá yo he ido a todos los cines de la zona y en este me siento segura. En los otros no me siento segura, me siento como encajonada en algo que no se bien dónde estoy y además entro por unos laberintos que no se”.

C: A raíz de eso te pregunto, ¿cómo es la respuesta que les da la gente?

R: El público está re contento con el cine, incluso tenemos gente que viene de otros lugares. Vienen de Salsipuedes, de Villa Allende, gente de Córdoba. Sí, sí, vienen de muchos lados.

C: ¿Les hacen críticas o sugerencias o en general son comentarios positivos?

R: No, la mayoría son comentarios positivos. Lo único que a la gente, vamos a decir le gustaría es que cambiésemos las butacas, porque no son muy cómodas, pero bueno ya estuvimos averiguando más o menos, y no es un costo muy elevado, pero hoy poy hoy la municipalidad no está dispuesta a tener ese gasto y más en un edificio que no es de la municipalidad. Pero qué sé yo, ahí discrepo un poco porque yo me quedaría con las butacas y el día que tenga que hacer otra cosa, van para ahí las butacas. Pero bueno, bastante bien, de vez en cuando le damos una repasada de ajustar tornillos y cosas así.

C: ¿Y estas son las originales?

R: No son las originales, estas serían las segundas porque las originales se las quedaron las dueñas y creo que una parte la vendieron. Tenemos 15 butacas del fondo que son las originales y después estas las tenemos desde el 2014, que en Teatro Real cambiaron todas las butacas y trajeron las que estaban en el Real para acá.

C: ¿Hace cuánto se llama Cine Teatro Municipal Unquillo?

R: No, sigue siendo Cine Teatro Municipal Rivadavia.

C: Ah, como se cambió lo que decía en el cartel pensé que había cambiado el nombre

R: Claro, para el INCAA somos el espacio Unquillo

C: ¿Pero oficialmente sigue siendo Rivadavia?

R: Sí, sí.

C: Si tuvieras que decir en rasgos generales metas a largo plazo del cine, ¿cuáles serían?

R: Metas a largo plazo, yo diría mantener el cine mientras se pueda. Porque también es un cine histórico de acá. Siempre funcionó como cine, entonces para mí es como una reliquia viviente. Si podemos mantenerlo de esta manera me parece bárbaro. Y como meta a futuro, a mí me gustaría que fuera, como un amigo lo denominó, un cine boutique. Esto quiere decir que podamos utilizarlo por ejemplo para probar películas. Incluso ha venido gente a probar películas y eso estaría muy bueno que fuera así. Por ejemplo, tenemos ahora el polo audiovisual que está ahí en la Casona de Forchieri, y bueno una hablamos con ellos y todas la pruebas que necesiten hacer... que más querés un banco de pruebas como el cine este.

C: ¿Sería abierto al público o se probaría la parte técnica?

R: No, sería la parte técnica. Después lo que funciona acá también los miércoles es el cine comunitario, que sigue funcionando que es tipo un cine debate. A nosotros también lo que nos gustaría, sería un ciclo de cine de otras épocas, de otros cineastas, que de perenne los jóvenes no los conocen, que se yo, llámese Fellini, todas esas personas que le hicieron tanto bien al cine, películas que hoy... es como el rock, hoy hay bandas nuevas, pero, estuvo hecho todo esto.

C: ¿Creés que es importante que exista el cine para los vecinos de Unquillo? ¿Por qué?

R: Sí. Primero que exista el cine como un hecho. Para mí era cine es un hecho social, y todo lo que se haga para disfrutar de a muchos es importante, porque ya bastante aislado todo el mundo está. Hoy por hoy cualquiera puede ver una película hasta en el teléfono y está aislado, es solamente él. Uno lo comprueba acá, cuando se llena la sala y de repente se ríen todos al mismo tiempo de lo mismo que están viendo. Eso es una comunión que no debe dejar de existir, así como el retraso, así como un concierto de música. El cine es un arte que sirve también para eso, para socializar.

C: Bueno, yo justamente el enfoque le doy a la investigación es esto de cómo impactan los nuevos modos de consumo audiovisual en los cines, y particularmente en el cine de Unquillo, ¿vos qué impactos ves?

R: Que a la gente esto le moviliza mucho, viene con los recuerdos de su infancia y hay gente que entra por primera vez al cine y dice “ah eran así los cines de antes”, es como que moviliza muchas cosas ¿no? Por eso te digo, para mí es como un hecho de masa, de masa, de masificación pero en el buen sentido. Hoy por hoy, cualquiera puede tener en su casa un pantalla tremenda de pared a pared pero para él solo, o con o muchas llevar 15 o 20 amigos, pero esto es otra cosa, es diferente.

C: O sea que el hincapié está puesto en el compartir y en lo colectivo.

R: Sí, en lo colectivo y en lo social. Por eso las entradas nosotros vamos a tratar de mantenerlas siempre a un valor acorde y que sea accesible para que la gente tenga acceso a esto. Que pueda venir desde el que tiene más dinero al que tiene menos.

C: ¿Qué tipo de interacciones ves en la previa de una película, cuando se junta gente en el hall y demás?

R: Y, los comentarios. La gente viene y más o menos ya se conoce, porque son siempre el mismo público para ciertas películas. Por ejemplo, para los documentales hay cierto público que viene siempre, para otras películas viene cierto público, entonces esa gente ya se va conociendo, después se encuentra en la esquina del almacén o de donde sea y se va comentando también. O sea, a pesar de que somos cerca de 25 mil personas, no deja de tener las características de pueblo, eso está bueno.

C: Además de pasar películas ¿se desarrollan otras actividades?, en relación a esto que mencionabas antes de alquilar la sala

R: Sí, se alquila la sala. Mismo la municipalidad hace dos años hizo un ciclo de música que se llamaba “Unquillo da la nota”, y bueno por acá pasaron muchas músicas, o sea se hacía todos los segundos viernes de cada mes, y bueno estamos abiertos siempre a todo eso, hay un interés de hacer una prolongación del escenario para poder tener más espacio para lo que se pueda hacer.

C: Para cerrar, y volviendo a esto que decíamos de las nuevas tecnologías, los celulares, ¿qué ventajas creés que tiene una persona de venir a este cine en relación a quedarse viendo una película en Netflix, por ejemplo?

R: Bueno, un poco más o menos lo que veníamos hablando. Una cosa es estar en su casa y reírse sólo, de algo, y otra cosa es reírse en compañía, de reírse de algo y sentirse como que estamos en una misma sintonía. No es que tal chiste o tal emoción de una película se ríe uno por un lado, o llora otro por un lado, no, esto es en conjunto, es una comunión. Eso para mí es lo fundamental de un cine. Esto de tener a toda la gente en una misma sintonía, eso para mí es lo fundamental, aparte de la sociabilización. De tener un espacio también como quien va a juntarse a un bar todos los días, y acá hay muchos bares que la gente va, hay bares que tienen música y la gente sabe que hay un espectáculo, el Bar de La Estación por poner un ejemplo, y el cine también es un reducto de espectáculo, de ver algo, de pasarla bien en grupo. Gente que se conoce, y después sigue amistades o parejas, en el cine y eso está bueno también.

## **2. Entrevista Ronald Santana: encargado del CTMU**

**5/11/2020 - 10 hs. Entrevista virtual vía Zoom**

R: Hola

C: Hola Ronald ¿cómo estás?

R: ¿Cómo andás?

C: ¿Todo bien?

R: ¿Me ves?

C: No, no te veo.

R: Esperá que quiero ver cómo hago... Ah! acá está. Ahí está.

C: Ahí está. ¿Cómo andás? buen día.

R: Buen día ¿cómo te va?

C: Bien ¿vos?

R: Bien, acá andamos.

C: Qué lindo ahí el cine atrás. Bueno, gracias primero que nada por estar acá de nuevo, ahora virtualmente. Yo estoy grabando la conversación para que después me quedé de archivo, ¿vos tenés algún inconveniente?

R: No, no hay problema.

C: Ok. Bueno, yo tengo acá anotadas algunas preguntas pero también la idea es que podamos ir charlando de lo que vaya surgiendo. Como te conté, con todo esto de la pandemia, el tema de mi investigación un poco se modificó. Si bien sigue siendo el cine de Unquillo ante las nuevas formas de consumo audiovisual, bueno ahora le sumé el factor de la pandemia (de un año en el que el cine no está abierto al público) y las prácticas sociales se vieron modificadas, entonces no podía no incluir todo esto que está pasando este año. Bueno, te voy a ir preguntando algunas cosas y vamos charlando.

R: Dale.

C: Bueno, primero ¿cuántas personas trabajan en el cine de Unquillo y cuáles son sus tareas?

R: Bueno, habitualmente somos 4 personas, incluyendo la persona que hace la parte de limpieza que también ayuda a veces, cuando hay mucho público, a recibir a la gente, ayuda también a los chicos que van al baño, entonces tiene que estar atenta a controlar un poco ese tema. Después tenemos a Guillermo, que está en la parte administrativa, que se encarga de controlar los ingresos de dinero, las transacciones que se hacen con las distintas distribuidoras, transportar el dinero de la recaudación, de todo eso se encarga Guillermo. Y también, cuando es necesario, también está en la parte de recibir a la gente, o si hay que cobrar las entradas en boletería. Que eso realmente lo hace Néstor, que es el que está más encargado de todo eso y yo, por ser el encargado del cine, no es que tengo una jefatura frente a ellos, sino que tengo una responsabilidad, en la que me tengo que encargar de la programación, de tener el relacionamiento con el INCAA, de administrar los eventos junto con la parte de Cultura y Turismo. Y los 3 sabemos proyectar las películas, o sea usar el proyector. También yo estoy encargado de ir a buscar las películas porque a las películas las traen por encomienda entonces las tengo que ir a buscar a la terminal de encomiendas de Villa Allende, y después entregarlas y todo eso, de eso me encargo yo. Así que diríamos, cuatro personas.

C: ¿Y cómo describirías una jornada laboral típica? bueno, cuando no estamos en pandemia.

R: En los momentos de trabajo nosotros trabajamos de miércoles a domingo. Los miércoles eran un día especial, porque es un día que nosotros se lo concedemos a un grupo que se llama "Cine Comunitario". Es un grupo de gente que hace cine. Lo que hacen ellos es proyectar películas de forma gratuita, las películas las traen ellos, ya sea en formato de DVD o en una netbook. Después de esa proyección, con el público se crea como un debate sobre la película y se informa sobre cómo se llegó a esa película, de los directores. Bueno es un espacio muy interesante para acá para Unquillo ¿no? No es un gran público el que viene, pero las personas que vienen lo disfrutaban mucho porque es interesante y el tipo de películas que pasan son muy buenas, muy buenas. Películas tanto nacionales como internacionales, son muy buenas. De viernes a domingo ya es el Espacio INCAA, que nosotros lo tenemos dividido en dos: es la parte comercial y la parte de películas nacionales del INCAA. La parte comercial la trabajamos nosotros personalmente, eso yo me encargué de tener un trato directo con las distribuidoras, con las grandes distribuidoras, sea la Disney, la Warner, la Fox, UIP, que son las cuatro más grandes, y también las



películas del INCAA que yo trabajo conjuntamente con los programadores del INCAA, ellos nos mandan las sugerencias de la películas de la semana, y si por ahí vemos que una películas nos interesa más que otra, tenemos bastante injerencia en eso. Después bueno, nosotros llegamos, ponle a las cuatro de la tarde ya abrimos, queda abierta la boletería, empezamos a preparar todo, a conectar los equipos, todo eso, y la jornada por lo general termina a las doce de la noche, que es el horario en que más o menos terminan las películas. Sábado y domingo tenemos horarios a las cuatro de la tarde, a las seis, a las ocho y a las diez. Y los viernes tenemos a las seis, a las ocho y a las diez.

C: ¿Se llevan estadísticas mensuales, anuales, bimestrales de cantidad de público?

R: Sí, antes llevábamos las estadísticas en forma manual, lo escribíamos. Porque también nosotros tenemos que llenar unos formularios que se llaman F700 que son para el INCAA y estos se hacían siempre en forma manual. Después se le pasaban los datos vía mail a la gente del INCAA. Ahora nosotros tenemos un sistema de ticketera, tenemos también un programa que nos proporcionó el INCAA, un sistema donde ya quedan registrados todos los datos. Y eso también, en un momento nos favorece, y por otro lado, nos descansamos un poco y, cuando de repente, de la municipalidad nos piden alguna información, nosotros vamos a los datos, nos fijamos y le proporcionamos los datos.

C: ¿Y ese sistema que les proporciona el INCAA, lo usan también para llevar un registro del público de las películas no comerciales?

R: Sí, sí, sí, también. Incluso ese sistema nos permite también incluir por ejemplo cuando hay un evento, porque como es un cine teatro, si hay un evento de otro tipo también queda registrado ahí porque podemos hacer la venta a través de la ticketera.

C: ¿Te acordás más o menos en el 2019 cuántas personas fueron al cine?

R: Mirá, vos sabés que yo no me acuerdo mucho pero hemos crecido mucho. Del 2016 en adelante vino creciendo año a año, bueno por el tipo de películas, por los precios que tenemos, que eso también tuvo una importancia muy sustancial en la cantidad de gente. Imaginate que en el 2019 nosotros estábamos cobrando una película comercial \$100, cuando por ahí, a 6 km que es más o menos la distancia en la que tenemos los próximos cines, estaba pagando la gente \$300 una entrada. Entonces eso incrementó mucho nuestro público. Y más si las películas son taquilleras. Nosotros, creo que ya lo habíamos hablado en otro momento, la parte comercial la dedicamos netamente al público familiar vamos a decir. No traemos, por ejemplo, películas de acción, de terror, eso la verdad que no traemos porque como somos sala INCAA, suplimos la parte, vamos a decir, infantil o para toda la familia que el INCAA no tiene. No hay películas infantiles del INCAA, hay muy poco. Ahora antes de la pandemia estábamos por estrenar una película que se llama “Patalarga” y que no la pudimos estrenar, pero hacía rato, desde “Metegol” que no aparecía una película infantil de INCAA, o sea películas nacionales.

C: Y si lo dividimos en dos grandes equipos, por así decirlo, las películas comerciales infantiles o las películas del INCAA ¿cómo es la relación de público? ¿A qué películas va más gente?

R: Por una cuestión lógica viene mucha más gente a las películas comerciales, que eso también nos provee al cine un sustento económico. Si bien el cine no es un cine comercial, es un cine municipal, que nosotros siempre lo tenemos muy en cuenta, y el equipo de esta gestión lo tiene muy en cuenta a eso, que es cine tiene que ser una cuestión social más que comercial, tiene ese sustento por el lado de las películas comerciales. Y en las películas del INCAA tenemos un público que ronda entre 20 y 150 personas más o menos, que es público que nosotros llamamos “estable”, que son las mismas personas que vienen a ver casi todas las películas de INCAA.

C: En relación con eso, ese público más bien fidelizado del cine, ¿por qué sentís que es un público fidelizado? ¿Cuál es la estrategia del cine de Unquillo para fidelizar a ese público?

R: Bueno, primero porque es el único cine que hay en el pueblo, no como en otros lugares que hay distintas salas. El cine de Unquillo está contextualizado como un espacio cultural donde la gente puede venir a ver un recital, una obra de teatro, un grupo de danza y viene a ver cine. Entonces ya es como un hecho social. Por otro lado, la verdad que tenemos un cine que nosotros le llamamos “una cajita de cristal” porque es un cine que tiene como 90 años, lo conocen todas las generaciones. Imaginate que desde 1928 que el cine está funcionando, creo que estuvo 10 años parado en un momento, pero después siempre estuvo funcionando y a la gente, bueno, le encanta venir al cine. Incluso viene gente de otros lugares por razones económicas y por razones de edificio. Ha venido, por ejemplo, gente de Villa Allende que está acostumbrada a los cines de shopping y una señora una vez me dijo “yo vengo a este cine porque me siento más segura que en un cine de shopping. En un cine de shopping me hacen entrar por unos laberintos y yo digo: y si pasa algo acá ¿dónde me voy? ¿para dónde salgo?”. Después tenemos

una pareja que viene de Córdoba también, y vienen en moto y ellos vienen porque dicen que entrar en este cine es entrar en el túnel del tiempo. Entonces a ellos les encanta sentarse en un cine y sentir que hubieran venido a otra época. Son cosas muy interesantes, aparte de que el cine tiene una buena imagen y una buena acústica, que esas son otras de las cosas que favorecen. Bueno, ni hablar de los brillos de la pantalla porque gente que nosotros conocemos, colegas, que proyectan películas en los shoppings y nos comentan que en los shoppings las lámparas las usan hasta que no dan más. Si hay lámparas que pasan determinada cantidad de horas, empiezan a perder brillo y eso, bueno, se ve que por una cuestión económica no toman recaudos. Nosotros, por ejemplo, nuestras lámparas, son lámparas que duran hasta 3.000 horas, pero nosotros a las 2.500 horas ya las estamos cambiando porque sabemos que empiezan a perder brillo. Relativamente no son lámparas muy caras pero tienen su costo y después bueno, también gente que ha estrenado películas acá nos han dicho “hemos estrenado películas en otros lugares y la verdad es que no tienen la misma calidad que tienen ustedes”. Tenemos un equipo de sonido de 7 a 1, cuando en la mayoría de lugares es de 5 a 1 y eso también es otro plus de calidad para que la gente prefiera el cine.

C: ¿Podrías nombrarme el o los principales objetivos del cine de Unquillo?

R: Sí. Yo pienso que uno de los principales objetivos es el hecho social, donde la gente sabe que tiene un lugar para confraternizar. Yo me pongo siempre atrás de todo, tengo un asiento reservado para mí y yo me siento a ver un espectáculo o a ver una película y yo ya sé en qué momento la gente se va a reír. A mí me llama mucho la atención eso, que a veces estoy en la boletería y digo “mirá ahí está pasando tal cosa” y es el momento justo porque la gente se ríe y no es el mismo público, vienen diferentes públicos pero cómo funciona eso en sociedad ¿no? está bueno. No es lo mismo que sentarte en el living de tu casa a mirar una película, por más pantalla grande que tengas y reírte solo. Reírse en conjunto, reírse en sociedad es diferente, tiene otra connotación. Y yo creo que la gente sabe de eso y por eso viene. Para mí es eso, lo principal es el hecho social. Más allá de que después, el tema de las expresiones, por ejemplo la gente viene a ver espectáculos de danza que viene toda la familia porque bailan sus hijos, sus nietos, las colaciones que se hacen de los colegios, o sea eso funciona como centro cultural y todo, pero lo principal es la sociabilidad me parece a mí. Y la expresión de los músicos por ejemplo, de tener un espacio donde se puedan expresar los músicos, los bailarines, la gente que hace teatro.

C: Relacionado con ese objetivo ¿cuáles serían las metas o los ideales a largo plazo? ese horizonte por el cual seguir trabajando

R: Y mirá, ahora de Cultura se ha creado una página, un sitio, que se llama RAMU que es algo que se venía haciendo hace mucho pero no cristalizaba y es una especie de catálogo de artistas, entonces toda la gente del pueblo que haga algo está siendo catalogada en ese espacio, en ese lugar. Y eso está bueno, porque también necesitamos saber quienes somos, qué es lo que podemos dar, y en el día de mañana darle más actividad a esta sala - que ya la tiene, bastante- pero digo, todo aquel que hace arte, sabe que tiene un espacio donde puede expresarse, eso es lo principal. Y como meta, para mí, sería que el cine tuviera un espacio propio, de repente en otro lugar, más aggiornado, más modernizado, o en su defecto, comprar este espacio, que a este espacio lo pueda adquirir la municipalidad y tenerlo realmente como se debe tener. Fijate que nosotros estamos con unas butacas que no están mal, pero son butacas que hemos heredado del Teatro Real cuando se cambiaron las butacas que están hoy por hoy en Teatro Real, las que tenían ellos las trajeron para acá. Yo hace poco hice una especie de relevamiento para saber cuanto salen las butacas y encontré una empresa que queda a las afueras de Campana, en Buenos Aires y bueno, buscamos un presupuesto y nos pasaron \$2.000.000 para cambiar las 220 butacas, o sea que más o menos, a razón de \$10.000 cada butaca, que es un dinero ¿no? o sea, si yo me pongo a pensar, para una municipalidad y para el sentido que uno le quiere dar no es una gran suma, es viable. Pero estaría bueno, que se yo, que el edificio también fuera nuestro.

C: ¿Cuáles son para vos las mayores fortalezas y las mayores debilidades del cine de Unquillo?

R: Bueno, las mayores fortalezas son la trayectoria que tiene el cine, la técnica y la acústica que tiene el cine, el trato humano que tiene el cine. Yo saludo a cada uno de los 220 que entran y a los 220 que salen, uno por uno, entonces ahí ya hay un trato más personalizado que eso está bueno también. Y la parte más flaca del cine, yo diría que es la parte edilicia, que es un cine viejo y que tendría que tener un mantenimiento. Por ejemplo, tiene humedades que son difíciles de sacar y que eso requiere un costo mucho más elevado. Y después, hoy poy hoy, también estamos evaluando y viendo con gente del INCAA que los equipos que, si bien están funcionando muy bien y todo, ya no tienen mas garantía y técnicamente son equipos que están siendo medio obsoletos, habría que aggiornarles el software y nos

hablaron entre U\$S 30.000 y U\$S 40.000, que me parece un disparate, pero bueno, esto es una apreciación personal, pero yo creo que si el INCAA quisiera y puede, eso se puede hacer. Incluso se habló de que la empresa que proporciona los proyectores, en nuestro caso son los NEC, es una empresa de Estados Unidos, y ellos ya tienen la propuesta de mandar nuevos proyectores que son proyectores láser que ya tienen una diferencia de calidad y todo porque las lámparas de esos proyectores duran 20.000 horas contra 3.000 que tenemos ahora, y bueno son distintas, es otra tecnología, y bueno si eso se lograra, que la propuesta ya está y eso viene ser una voluntad de gobierno, si esas voluntades se logran, estaría buenísimo. Entonces, para mí esas son las dos principales flaquezas que tiene el cine: la posibilidad de quedarnos con equipos muy viejos y la parte edilicia que no se como resolver porque el municipio realmente no sabe si invertir en aggiornar esto que no es del municipio, ese el tema.

C: Volviendo un poquito a los que hablábamos antes de este público más bien fidelizado, esta gente que va seguido al cine ¿cuáles son las estrategias de comunicación o de publicidad, quién está a cargo eso, y cómo se diseñan?

R: Bueno nosotros nos manejamos mucho por redes. El cine tiene un Facebook exclusivo, después también aparecen las notificaciones en el sitio de la municipalidad, la Municipalidad cuenta con un departamento de prensa donde se hacen todos los spot de publicidades que se pasan en el cine y en los televisores que están dentro de la muni, los afiches, el departamento de prensa se encarga de hacer los afiches que nosotros distribuimos en los comercios también, los volantes que dejamos: nosotros tenemos un sistema de 2X1 en determinados momentos, que dejamos volantes en los comercios y la gente entra, presenta ese volante y entran dos personas por el precio de una y eso también es un relacionamiento que tenemos con el comerciante porque la gente entra al comercio a buscar eso y ya compra algo también, entonces es un ida y vuelta. Otra de las cosas que funcionan mucho, que también se encarga el departamento de prensa es pasar el carro, el parlante por todos los barrios. O sea que la gente se entera por todos los medios lo que estamos pasando en el cine y aparte de eso tenemos dos grupos de distribución de Whatsapp del cine también.

C: ¿Cuál de esas estrategias (el carro, los volantes, las redes sociales, el boca en boca), cuál crees que mejor funciona o la que saben que no falla?

R: La que funciona más es la de los volantes en los comercios. Eso lo notamos porque la gente busca la cuestión económica, y eso también, en un momento era todos los días y después dijimos, “bueno vamos a hacerlo una semana sí y una semana no”, porque las entradas ya están baratas ¿viste? entonces, buscarle esa manera. Y lo más eficiente también es el carro porque es instantáneo.

C: ¿Quién decide o cómo se decide en qué comercios se van a dejar esos 2X1?

R: Mirá, lo de los comercios primero lo hacíamos en los alrededores del cine nada más y ahora se extiende desde el comienzo de la avenida en la parte sur al final de la parte norte. O sea todos los comercios que están sobre la avenida, que es más o menos la estructura comercial que tiene Unquillo, ahí se depositan los volantes, por supuesto con la aprobación del comerciante. Hay comerciantes que me dicen “no, no me interesa” y bueno, no dejamos, pero la mayoría quiere, estábamos repartiendo alrededor de 500 volantes por semana.

C: ¿Cuál es el vínculo del cine con la Municipalidad de Unquillo? tomando en cuenta de que la Municipalidad se encarga de alquilar el espacio, llevar a cabo estas estrategias de comunicación, ¿cuál es el vínculo que tienen?

R: La Municipalidad administra el cine, lo administra frente al INCAA en toda la parte económica. El cine depende de Cultura, si bien tiene un encargado que soy yo, dependemos de la Dirección de Cultura, que a su vez depende de la Municipalidad, por eso se llama Cine Teatro Municipal Rivadavia. La Municipalidad se encarga de pagar el alquiler del cine, paga también el agua del cine y paga la luz del cine.

C: Y dentro de las políticas municipales o los proyectos que se presenten o las cuestiones que tengan a cargo las personas que trabajan en la Dirección de Cultura, ¿qué lugar sentís vos que se le da al cine de Unquillo?

R: En un principio, cuando nosotros tomamos la gestión, hace cuatro, ahora van a ser cinco años, nosotros encontramos un cine muy debilitado, un cine que si bien ya desde el 2014 estaba aggiornado digitalmente con estos equipos que son los que tenemos hoy en día, era un cine al que prácticamente no venía la gente. Los motivos eran muchos, desde la desidia hasta - vamos a ponerle un término- la soberbia. La soberbia en el sentido de que como era un Espacio INCAA era como que solo se pasaban películas de autor por ejemplo. Y eso no es para un cine municipal de un barrio, donde la demanda del

pueblo es otra. Si bien está bueno que el espectador, la gente, el ciudadano vea películas consideradas de calidad, de culto, de lo que vos quieras, tiene el derecho a recibir esa información, pero también tiene el derecho a pedir lo que él quiere o lo que a él le gusta ¿no? Entonces, por ejemplo, en los últimos años de la anterior gestión se empezaron a pasar películas comerciales pero no se le daba la importancia que tenía la película, además el trato que se tenía con las distribuidoras no es el mismo que ahora. Nosotros logramos que las distribuidoras nos dieran las películas a ese precio pero por la comunicación que tuvimos con las distribuidoras. Nos encargamos de hablar personalmente, de explicarles de qué se trata el cine, cuál es el contexto social de nuestro cine, cuál es el contexto social de Unquillo y lo entendieron perfectamente, y por eso tenemos las películas en estreno, que es también muy difícil de conseguir. Nosotros hoy en día estamos en la Red Federal de Espacios INCAA y ellos mismos a veces se asombran de cómo nosotros hemos logrado que Disney, por ejemplo, nos traiga un estreno a prácticamente dos días o tres del estreno mundial de la película. Pero eso es por el trato. En mi pueblo, en Uruguay hay un dicho que dice “el que no llora no mama” y es así. Yo me dediqué pura y exclusivamente a lograr eso, creo que lo logramos, tenemos un buen trato con las distribuidoras, incluso les escribí, les pregunté qué posibilidades había de retomar, en caso de que nosotros bajo protocolo empezemos la actividad del cine y dijeron “están todos los estrenos a disposición de ustedes”, más allá de que sabemos que Disney está por largar la plataforma, que ya es un hecho, pero a ellos también les sirve esto. Quieras o no, nosotros estábamos los últimos meses antes de la pandemia estábamos facturando de \$20.000 a \$30.000 o \$40.000 por semana para Disney, por ejemplo.

C: Claro, y volviendo un poco a esto del lugar que ocupa el cine dentro de las políticas municipales, más allá de cómo empezó esta gestión ¿cuál sentís que actualmente, haciendo un paréntesis con la pandemia, es el espacio que se le da al cine desde la Municipalidad?

R: Estamos en un momento de incertidumbre y sabemos que en algún momento vamos a paulatinamente empezar las actividades. Yo creo que hoy por hoy no estamos teniendo muchos casos en Unquillo, pero nosotros estamos preparados para trabajar bajo un protocolo. Calculamos que en las butacas, dejando dos espacios entre las butacas, entrarían entre 62 y 72 personas y yo creo que eso es un buen número para los propósitos de la Municipalidad que es volver a tener activo el cine y dándole al público lo que está necesitando que es esparcimiento. Fijate vos que ahora, otra de las cosas que nosotros estamos pensando, en caso de que no se pueda regresar y abrir el cine, estamos pensando en sacar el cine afuera. No es un autocine como se ha planteado en varios lugares pero sí llevar el cine a los barrios, con alguna pantalla más chica. Vamos a ver si la Municipalidad tiene la voluntad de invertir en eso, desde el área de Cultura estamos organizando eso: conseguir pantallas inflables, que hay, que son muy interesantes para lugares al aire libre, proyector ya tenemos, que no sería el proyector de acá porque esta no se puede sacar, pero sí tenemos un buen proyector y comprar un buen equipo de sonido para llevar el cine a los barrios. Instalarlo en alguna plaza, en algún centro social, en casi todos los espacios de unquillo donde sea posible que la gente vaya con su reposera, donde fraccionamos los lugares para que no haya amontonamiento, están dadas las condiciones para hacerlo.

C: Bueno un poco de esto que recién nombrabas ¿no? de otras instituciones, incluso los colegios que hacen los actos de colación, los músicos y demás, pero ¿cuál sería, en líneas generales, la relación que tiene el cine con otras instituciones culturales de Unquillo?

R: Bueno nosotros también cuando empezamos la gestión, se consideraba un poco como que el cine era tierra de nadie, entonces había una colación de un colegio, bueno, se hacía la colación y después quedaba como quedara el cine o las condiciones en que quedara el cine. Entonces empezamos a revertir eso ¿no? empezamos a decir “bueno, a ver. Si la gente viene y hace una colación, a ver ¿qué nos pueden facilitar al cine para seguir trabajando?” o sea, se estableció como una especie de alquiler: que nada fuera gratis. Porque acá se pone la luz, se pone el personal de limpieza, entonces un precio mínimo para una colación. Después empezaron también los grupos de danza, que acá hay muchos grupos de danza, bueno que cobraran una entrada y de esa entrada nos dejaban un porcentaje. Entonces de esa manera era muy fructífero para todos porque recibían un espacio en condiciones y a nosotros nos dejaba un rédito para seguir trabajando, que eso es importante. Y nunca se le dijo que no a nada ni a nadie de la comunidad.

C: Y siendo un poco más específica, hablando de cine y audiovisual, ¿cuál es el vínculo que se tiene con el polo audiovisual, el centro instalado en Forchieri?

R: Bueno en un principio cuando se instaló eso fuimos hablar con la gente de ahí, tanto con los directivos como con los hacedores y nosotros les decíamos “bueno lo bueno que van a tener ustedes es un banco de pruebas”. O sea, es una cosa recíproca: para nosotros, para el cine, es algo bueno tener un polo donde

se van a hacer películas que las vamos a poder dar acá en el cine. Eso está bueno. Y para la parte de ellos es tener un lugar que es tremendo banco de pruebas. Esto es un banco de pruebas donde la gente viene, que ya ha venido gente de Córdoba por ejemplo, vienen a probar las películas, vienen a ver la fotografía, vienen a probar el sonido. Eso es interesante, eso no se tiene casi en ningún lugar, es muy difícil conseguir eso. Y eso también nosotros lo estamos haciendo y, por lo general, lo hacemos con un pequeño rédito económico porque son horas que tiene que venir el personal, abrir el cine, prender las luces, prender el proyector, el gasto de lámparas. Pero para una persona que hace cine es algo muy importante tener un banco de pruebas. Nosotros lo consideramos como un banco de pruebas.

C: ¿Y cuál es el vínculo que tiene el cine con el entorno urbano de Unquillo?

R: Bueno, si entiendo la pregunta, por ejemplo visualmente está en el lugar estratégico. Es un cine que es agradable verlo desde afuera. Ahora le pusimos una marquesina con luces, tiene luces LED que se prenden con fotocélula, tiene un hermoso mural que hizo Juan Vázquez en homenaje a Quirino Cristiani y verlo al cine de lejos ya te llama la atención. Ahora, lo que sí, nosotros siempre pensamos que es un cine que estratégicamente para el acceso del público es medio difícil. Por ejemplo, no tiene plaza estacionamiento, se hace a veces difícil. Igual contamos con seguridad ciudadana cuando tienen que venir los colegios, cuando vienen los chicos y hay que parar el tránsito para que crucen, porque está sobre la avenida y está justo también en una curva donde los autos... es un poco peligroso. Pero sería lo único que nosotros estratégicamente cambiaríamos, pero es bello verlo desde cuando uno va hacia el sur o cuando uno cruza la plaza, verlo al cine la verdad es que es muy lindo, si es esa la pregunta.

C: Sí, me interesaba eso ¿no? teniendo en cuenta que es un cine histórico y que está como en ese epicentro de la plaza, la iglesia, como ese centro urbano bien del pueblo. Seguramente en ese entonces, supongo que se habrá pensado un poco en eso.

R: Sí, sí, sí.

C: Y seguramente que esté ahí, enfrente de la plaza genera como un vínculo arquitectónico y de uso también de la gente.

R: Sí, sí, sí, sí, totalmente, totalmente.

C: En ese sentido ¿cuáles creés que son los aspectos arquitectónicos o estéticos del cine que más le otorgan identidad?

R: Mirá, lo que tiene es que es un cine chico y a la vez es un cine grande. Eso verdaderamente para mí es como extraño. El que lo diseñó yo no sé si lo diseñó realmente con esa intención o le salió de pura casualidad porque tiene una acústica... Yo estoy hablando ahora y es como que se escucha en todos lados. Vos te parás en la punta de atrás del cine y yo estoy acá adelante y se escucha perfecto lo que estoy hablando, eso es lo interesante del cine. Después bueno, en un momento pensábamos poner en las paredes alguna especie de tela o algo para crear lo más óptimo de una cajita acústica, que eso podría ser, podría resultar. Después bueno, el escenario sí para danza y para teatro es un poco chico, para las bandas es aceptable. Otra de las propuestas que hay, que también se cortó un poco con la pandemia, es extender 1,5 mts más el escenario que eso permitiría también un despliegue más para los grupos de danza, para el coro, para la banda municipal, que cuando hay muchas personas necesitan más espacio. Pero tiene un buen aforo que son 10 mts y eso es muy muy interesante, y después bueno, es un cine que de donde te sientes ves la pantalla perfectamente, incluso los espectáculos se ven perfectamente. Tiene una inclinación leve, no es tampoco un anfiteatro pero es muy interesante. Después tiene un hall de entrada interesante también, no es tampoco para una recepción de mucha gente y está dentro de una galería que también la galería es amplia, pero sí lo que estamos viendo es que no tenemos rampa para gente que viene en silla de ruedas o que se le dificulte y tendríamos que tener una rampa. Pero bueno todas esas cosas edilicias ya son a convenir con los dueños porque hay cosas que, de repente, nosotros no las podemos hacer, pero bueno la cabina allá arriba es interesante tenerla. En ese espacio ahora también tenemos pensado, en una parte de arriba que antes había butacas, porque este cine tenía un segundo piso con pocas butacas pero las tenía, y por ejemplo con espectáculos de música o de danza o de teatro, nosotros no contamos con camarines, no hay donde la gente se pueda cambiar y utilizamos ese espacio ahí arriba. Entonces un poco la idea es hacer una especie de biombo o de cortinas para que la gente tenga más privacidad. Eso está planteado para hacerlo, también en un principio se pensaba alquilar un espacio que hay al costado y abrir una especie de puerta, generar un camerino ahí atrás pero ya te digo, esas cosas son medias inviables porque como el espacio no es nuestro, hay cosas que se pueden y cosas que no. Por ejemplo contamos con la aprobación de las dueñas de hacer la extensión del escenario siempre y cuando no rompamos nada, ni el piso ni nada. Entonces ya ideamos que va a ser un piso flotante, un

entramado con maderas, pero que hoy o mañana nosotros nos vamos y eso se puede desmontar y se lleva.

C: Y de todas estas cuestiones edilicias que fueron cambiando a lo largo del tiempo, de las que se preservan ¿cuáles sentís vos que son las más importantes o que le dan más identidad al cine? porque bueno, obviamente hubo muchos cambios pero las cuestiones que sí siguen estando, las cuestiones originales ¿por qué se preservan o por qué es importante esa preservación?

R: Sí, el cine ha sufrido muchos cambios, mismo desde que los propios dueños lo han cambiado. Este cine tenía en un pasillo, en este pasillo de acá, tenía balcones que funcionaban hasta acá, hasta las butacas, con una especie de murito y entradas y en esos balcones se ponía también la gente con mesas, entonces la gente podía ver el cine o un espectáculo comiendo. En estos espacios que hay acá atrás que son como una especie de nicho que es donde están las luces ahora, ahí había ventanas entonces en la ventilación que tenía el cine era con ventanas. Se abrían las ventanas de noche y como no había tanta iluminación como hay hoy en día, entonces se ventilaba el cine de esa manera. Después se le pusieron unos extractores, que esos ya no están más, están tapados ahora. Pero los cambios que ha sufrido son muchos, lo único que queda realmente de lo antiguo es el piso que es una especie de parquet, que creo que también en la casa de la cultura está el mismo parquet, porque acá en la zona había una persona que era un empresario y él hacía todos los pisos de la zona y eso es lo que queda de original y las paredes.

C: ¿Y la fachada exterior también?

R: Y la fachada exterior fue muy modificada también porque esa galería se hizo mucho después, se rellenó. La entrada del cine era donde está hoy por hoy la puerta de acceso a la sala, o sea que vos venías de afuera, subía una escalera y había una cortina de hierro tipo almacén viejo y vos de ahí entrabas a la sala directamente. Ahora nosotros tenemos un hall de entrada también con baño, hay tres baños. Y eso se ha modernizado mucho y la entrada a la galería, que también la galería no tiene muchos comercios. Hubo algún comercio que otro pero, por ejemplo, nosotros siempre estamos rogando que venga alguien que tenga un kiosco, por ejemplo, o una cafetería, eso le daría otra forma al cine.

C: Y si pensamos en Unquillo como si fuera una foto, como la imagen de Unquillo ¿qué lugar crees que ocupa el cine en la identidad de la ciudad?

R: Yo creo que Unquillo por lo general en el “para afuera”, la gente lo primero que piensa de Unquillo es Buffo, la Capilla Buffo, después sería Spilimbergo, el museo Spilimbergo, y creo que estaríamos en tercer lugar, yo creo que estaríamos en un tercer y merecido lugar.

C: Y ese tercer lugar, por así decirlo, ¿sentís que fue cambiando a lo largo de la historia?

R: Sí, sí, sí, fue cambiando y te digo más, por mucha gente que viene al cine y que vio al cine desde cuando eran niños, ellos consideran que en estos últimos cuatro años el cine se hizo mucho más visible, mucho más visible, con mucha más presencia. Yo, por ejemplo, yo hace 20 años que vivo acá y la primera vez que vine al cine, vine invitado por un amigo que tenía un grupo, una banda de rock y me dijo “voy a estar en tal lugar” pero yo hacía no sé cuánto tiempo que vivía acá y no sabía que existía el cine.

C: Bueno un poco lo fuimos hablando, pero como para volver a ese tema, ¿cómo creés que contribuye el cine de Unquillo en el desarrollo de la cultura de Unquillo?

R: Bueno yo creo que es importante, ha sido muy importante para varios artistas de acá, ha sido importante también para la gente que recibe a los artistas. Por ejemplo acá ha venido la orquesta ciudadana de Córdoba a hacer un espectáculo gratuito, ha venido acá la Comedia Cordobesa a hacer un espectáculo y la gente salía encantada. Después también de ver las mejores películas del cine nacional, películas taquilleras como “El Ciudadano lustre”, “La Odisea de los Giles”, “Gilda”, qué sé yo películas muy taquilleras que la gente dice “si no hubiera sido porque la dan acá en el cine, en otro lugar no las hubiera visto”. Eso para mí juega un papel muy importante, incluso el cine como presencia. Acá se hacen actos por ejemplo, donde se han entregado planes de distinta índole, que eso también es muy importante. No es que te lo van a dar en un sucucho de una oficina de la municipalidad, sino que se hace algo verdaderamente como tiene que ser ¿no? como una fiesta. Yo creo que eso está muy arraigado en nuestra sociedad, que todas las cuestiones sean con un aire de fiesta, con un aire de importancia y el cine es para eso, cumple con esa función también ¿no? y los artistas que sepan ellos que tienen este espacio. Hoy por hoy, mismo también hemos hecho una entrevista que se hace a través de la Red Federal de Espacios INCAA, se hicieron entrevistas a dos documentalistas de acá y después bueno, la idea también es empezar a hacer mientras exista esta cuestión del aislamiento, de poder hacer recitales en streaming

que es posible hacerlo acá con un espacio y bueno todo lo que sea de uso artístico o hechos culturales, el cine está a disposición siempre.

C: Relacionado con eso, te quería preguntar ¿cómo sentís, o si es que sentís que contribuye el cine en la inclusión social y en la apropiación del espacio público?

R: Claro, para mí esto era todo nuevo, no yo no tenía. Yo vengo de otra cuestión, si bien vengo del tema del arte porque mi profesión es titiritero, lo bueno fue eso, lo que yo más sentí es esa unión, de ser partícipe de esa unión entre el espectador y el hecho artístico, el producto artístico. Por eso te digo, yo cuando escucho por ejemplo a la gente que se ríe en el mismo lugar en cada película es como que a veces me siento como que me estuvieran aplaudiendo a mí, me siento contento de ver a la gente disfrutando. Eso es lo bueno ¿no? como decimos con mi compañero a veces cuando, de repente estamos en la boletería y nos asomamos a la sala y ver todas las cabecitas de la gente ahí mirando la película, eso no se paga con nada. Y después también, si bien saludamos uno por uno cuando se van, también recibir las gracias de la gente, todo el mundo te dice “gracias, gracias, gracias”, después te ven por la calle en determinado espacio o momento, o en otro día que no hay cine y la gente comenta cosas, te pregunta te pide cosas, “y...¿van a traer tal película?”. Entonces se da también todo un diálogo que es una cuestión bien de pueblo eso, no creo que en ninguna ciudad nadie para el proyectorista o al encargado de la sala de un cine para preguntarle tal cosa ¿no? Y eso está bueno, esto es lo bueno. Después la gente misma que se conoce acá en el cine. Nosotros vemos gente que ha venido por primera vez a vivir acá y ya tiene una relación con otras personas o se hacen amigos por el hecho de venir a ver una película por ejemplo. O gente que ha venido al cine comunitario, por ejemplo, y se ha encontrado debatiendo con gente que no conoce y después se forman amistades. Eso está bueno también.

C: Y en relación con esto, por ejemplo, que me nombrabas antes de quizás -ojalá- eso que se está viendo de poner una rampa para personas con silla de ruedas, digo, esas cosas más de cuestiones de inclusión de personas con discapacidad o personas que no puedan pagar la entrada ¿cómo actúa el cine en esas oportunidades?

R: Bueno nosotros somos muy flexibles, somos muy flexibles. O sea acá por ejemplo cuando había 2X1, nosotros sabemos que, por ejemplo en el 2X1 la gente se abalanza a buscar el 2X1 de los comercios y hay gente que se queda sin 2X1. Entonces viene, por ejemplo, una familia que trae cuatro o cinco chicos y nosotros sabiendo cómo es la cosa a veces no precisamos que traigan el papel de 2X1, ya le hacemos el 2X1 porque conocemos a la gente, también eso: tenemos un trato personalizado y conocemos a la gente. Nosotros le llamamos “los entenados” tenemos dos o tres personas que sabemos que vienen al cine y que no van a pagar nunca la entrada ¿viste? que son estos que viven acá en el pueblo que, de repente, duermen en la calle. Ellos vienen al cine y su entrada la tienen siempre, eso no hay problema, o sea nunca se echó a nadie del cine ni nada por el estilo. Y después, bueno lo que es normal ¿no? que viene gente con discapacidad y tienen la entrada gratis. Por ahí dependiendo de la discapacidad, tiene un descuento o paga la mitad la persona que acompaña porque no es lo mismo alguien que no se pueda mover, o por ejemplo acá vienen personas ciegas que vienen solas. ¿Viste que un ciego siempre tiene más movilidad? Ahora, una persona con discapacidades motrices ya tiene que venir con alguien y esa persona por lo general no paga la entrada y si viene una persona que no se anima a venir porque es ciego, por ejemplo, y viene con alguien, no se le cobra la entrada al acompañante. Esas cosas siempre están muy vistas y las cumplimos y sabemos que tienen que ser así.

C: ¿Cómo es la relación con el INCAA?

R: Con el INCAA...nosotros cuando tomamos esta gestión había una deuda con el INCAA muy grande que nos enteramos cuando tomamos la gestión. Que el intendente por esas casualidades estaba en Buenos Aires y dijo “bueno voy a ir a ver qué es eso del INCAA”, se acercó y le dijeron “¡ah! usted es de Unquillo, bueno venga por acá”. Lo llevaron a la oficina de sumarios y le presentaron 40 carpetas, 40 sumarios con una suma de \$500.000. Entonces eso fue lo que determinó rescindir el contrato de las personas que estaban, porque las personas que estaban cuando esta gestión empezó, seguían estando y quedaron. Estuvieron 6 meses trabajando pero cuando el intendente se entera de esto, dijo “bueno, no. Estas personas no pueden estar más porque le han generado una deuda a la municipalidad y no son personas ni de confianza ni operantes.”

C: Porque entonces ¿el dinero que se recauda de las entradas que se venden con las películas del INCAA va en parte para el INCAA?

R: Sí, sí, sí. El porcentaje que se tiene tanto con las películas nacionales como con las comerciales, es el 50%. La recaudación después de pagar los impuestos, que sería Argentores y no me acuerdo que otra

cosa más, que es muy poco también el porcentaje, el resto se divide en dos 50 y 50. No es al INCAA realmente, sino a las distribuidoras que se les paga. Al INCAA se le viene pagar lo que es Argentores.

C: Y además de esta cuestión económica, y que ellos les dan la programación ¿cómo es el vínculo? ¿hay un trato cotidiano? ¿la gente del INCAA va al cine Unquillo?

R: No, la gente del INCAA no viene a Unquillo. Los contactos son siempre vía WhatsApp o correo electrónico, y tengo sí, el conocimiento de haberlos visto y eso porque cuando yo tuve que tomar este cargo, tuve que ir a Buenos Aires a decir que tomaba el cargo, a instruirnos también en el uso de los equipos, que también fue muy poco tiempo: un día sólo, nada más. En un día realmente no se aprende. Yo aprendí más estando dentro de la Red de Espacios INCAA con los compañeros, con los colegas, nos vamos ayudando mutuamente y eso para mí fue fundamental ¿viste? estar en esa Red es fundamental, yo aprendí muchísimo y también he aprendido algunas cosas con una chica que vive acá en Unquillo y ella trabaja en el cine de un complejo de Salsipuedes, Dinosaurio Mall. Hemos tenido también una relación por las películas comerciales, que a veces las películas comerciales yo las tenía que ir a buscar a ese cine, no me las mandaban a mí directamente. Me decían “bueno andá a buscarlas a ese cine que ya están” y dejaban dicho y ahí justo coincidió que esta chica vive acá en Unquillo y bueno, entablamos una amistad ahí. Y ella me enseñó también un montón de cosas que son importantes para el quehacer del cine, de cómo usar el proyector o cómo preparar las películas, todo eso que hoy por hoy lo hacemos mecánicamente porque ya lo tenemos muy incorporado, pero está bueno.

C: ¿O sea que, por ahí, esa parte más de la diaria, de esto que decís vos de compartir herramientas, información o contención se da más bien en esta Red que auto gestionaron los diferentes encargados de los espacios? o sea que no es una cosa que baja desde la institución.

R: No, y esa es una de las cosas que nosotros le estamos pidiendo ahora como Red. Le estamos pidiendo al INCAA que haya cursos de formación. Pero incluso yo, al ir hacer esa capacitación, me di cuenta por ejemplo que las propias personas del INCAA que daban esa capacitación, muchas cosas no las sabían porque yo les hacía preguntas, “bueno y ¿qué pasa acá si tal cosa? o ¿como se hace o cómo se define esta sigla?”, porque viene una sigla que trae la película “¿por qué dice acá 2K y acá tal cosa y acá tal otra?” y había personas que no sabían contestarme cuál era la definición de eso. Nosotros hemos sacado conclusiones solos, mirando una sigla por ejemplo. Las películas comerciales vienen con una llave. Se le llama “llave” a una sigla que la mandan por correo para que vos puedas abrir la película. Eso es para protegerse de la piratería. Entonces esa película viene con esas siglas y empezamos a estudiar esa sigla tanto, que un día nos dimos cuenta de que la sigla lo que tiene es la fecha, por ejemplo. Son fechas. Ponen la fecha del día en que te la arman, después deben tener otros mecanismos para contrarrestar la piratería, pero si uno no ponía atención a eso no deduce de que eso es una fecha, y así un montón de cosas. Por ejemplo, a mí me ha pasado que no podía pasar la película porque estaba mal o me parecía que estaba mal y resulta que la película venía en un formato que decía 3D pero no era que era en tres dimensiones, era 3D por otra connotación pero como ponían tres yo lo tomaba como 3D. Pero eso es solamente prueba y error porque si no nos pasaba, no nos damos cuenta.

C: Y las películas que les manda el INCAA, ¿ustedes las deciden o ellos les mandan las que tal mes o semana están en cartelera? o ¿la cantidad? ¿cómo se decide eso?

R: Claro, en un principio nos mandaban creo que dos películas por semana. Nosotros les dijimos, que eso fue una una decisión nuestra y por el público también, que había películas que la gente decía “¡uy! la semana pasada no pude ir al cine y me quedé sin verla, entonces decíamos: bueno la película que más guste la dejamos una o dos semanas más. Entonces el INCAA aceptó eso, le pareció una buena idea. después también, si hay películas que a nosotros no nos gustan o nos parecían que no eran para el entorno, teníamos la potestad de decir “no, tal película que nos la cambien, mándenos otra que esa no la queremos”. Yo creo que en estos cinco años desde que estoy rechacé una sola película nada más y te digo el nombre y todo, se llamaba *El Cadáver de Anna Fritz* que me parecía que no era una película para acá para el entorno de Unquillo, para nuestro público.

C: ¿Y ellos además de la película, mandan afiches, pósters o de eso se tienen que encargar ustedes?

R: No, ellos también mandan afiches, las distribuidoras grandes también nos mandan los postres grandes y eso el único costo que nosotros tenemos es ir a buscarlos y pagar el traslado.

C: Bueno, volviendo un poco a esto que ya lo hablamos, uno de los objetivos del programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine. ¿Cómo crees que el cine de Unquillo contribuye con ese objetivo?

R: Bueno, nosotros, por ejemplo, entramos en un plan que había en el INCAA que se llamaba *Formación de Espectadores*. Y tenían un proyecto que nosotros lo tomamos enseguida que se llamaba *Los Jóvenes*



*Van al Cine*, entonces eran películas me acuerdo que una de las primeras que dimos y creo que la única, porque después medio que ese plan se cortó, era el *Luna de Avellaneda* y junto con esa película, que la dábamos gratis para los colegios, con esa película venían una especie de cuadernos que eran para los profesores para trabajarlos en el aula. Y entonces los folletos esos que venían, los cuadernos, traían por ejemplo anotaciones del director de por qué director usó tal cosa en la película, de la música, por qué se eligió tal música en la película, de los actores, de cuál era su papel, de cómo se eligió el actor y por qué se lo eligió, o sea un proyecto súper interesante, más que nada para la gente, para los jóvenes en este caso, de saber por qué se hace cine, cómo se hace el cine. Y yo creo que después de eso ves también con otra mirada el cine, y eso es interesante porque ahí te das cuenta que hay todo un trabajo en la película, que la película no se hace sola, no brota así sola y no se hace solamente con poner mucha plata, sino que se hace con esfuerzo, con trabajo, con dedicación, con ideas.

C: Y ese proyecto que decís que después se cortó ¿fue por decisión del INCAA o por decisión del cine de Unquillo?

R: No, no, no, no. Creo que fue un tema del INCAA, un tema burocrático dentro de lo que es la estructura del INCAA. Porque INCAA en los últimos años ha cambiado mucho la estructura, cambiaban de directores como nada y ,por ejemplo, me acuerdo que en las últimas semanas antes de la pandemia o en los últimos meses antes de la pandemia ya venía con un sistema que a nosotros un poco nos puso mal, porque nos mandaban tres películas por semana sin opción de cambiar, ni nada. Era pasar esas tres películas y en la otra semana, pasar otras tres películas y así. Se ve que era como tratar de agotar un montón de proyectos o de compromisos que tenía el INCAA con las distribuidoras y con los hacedores del cine ¿viste?

C: Claro, pero me imagino que también socializar el acceso al cine tendrá que ver un poco con el precio de la entrada ¿no? que sea accesible para la mayor cantidad de gente. ¿El precio de las entrada de las películas que les pasa el INCAA lo ponen ustedes o lo pone el INCAA?

R: El INCAA sugiere. Antes el INCAA tenía una página de internet que era muy interesante. Te ponían un precio tentativo, entonces vos de ahí con ese precio te manejabas y nosotros, por ejemplo, lo veníamos llevando bastante bien. En esta última etapa nosotros queríamos cambiar un poco el precio porque estaban siendo películas demasiado baratas para lo que es la estructura del cine ¿viste? entonces bueno, qué sé yo... \$50 una entrada al cine nos parecía que era muy barato y lo íbamos a subir a \$60, tampoco era una cosa muy grande que pensamos subirlo: a \$60 u \$80 como mucho, pero bueno, después se vino todo esto y no pudimos hacerlo. Pero, por ejemplo, cuando hay un cambio con respecto a eso tenemos que, sí, informar. Tenemos que hacer una nota al INCAA, informar que vamos a cambiar de precio, que vamos hacer esto o lo otro. Incluso como los equipos están en comodato, nosotros tenemos que hacer una reválida todos los años y en esa reválida este último año, nos encontramos con que tuvimos que pagar una cuota de pantalla, que no es mucho dinero, se paga una vez sola en el año pero se empezó a pagar porque nosotros estamos considerados como sala mixta, porque además de las películas de INCAA, trabajamos con el sistema comercial también, entonces eso también se paga.

C: Claro, ¿cómo piensan ustedes al cine Unquillo? ¿como un emprendimiento comercial, como un emprendimiento cultural, como un espacio social de esparcimiento o como una conjunción esas cosas?

R: Yo creo que naturalmente se da como una conjunción de esas cosas. Lo que sí, se tiene una especie de contemplación, que tenemos que hacerlo. Incluso en algunos momentos lo hemos hecho hasta personal esa contemplación, por una cuestión natural ¿no? qué sé yo, últimamente nos escribió un chico que quería probar su película entonces le dijimos que no había problema en venir a probarla, porque nosotros consideramos que esto es un banco de prueba, pero que tenía un costo. Entonces vimos que se dilataba en el tiempo, que no nos contestaba, entonces después le dijimos “bueno mirá, no te vamos a poner un precio, que tampoco es un precio desorbitante, pero sí de repente lo que vos puedas” y no contestó el chico. Se ve que tampoco puede. Entonces, en último caso, le voy a decir “mirá, vení hacer la prueba, no hay problema, no pagues nada”. Entonces bueno, como te decía, es una conjunción de cosas, o sea porque el cine también tiene un mantenimiento. Nosotros acá por ejemplo, cuando empezamos la gestión hubo un espectáculo que se llamó *Caminito de Hormiga* que era Aristimuño y Rally Barrionuevo, que ellos jugando, tiraban la moneda para ver dónde empezaban, si empezaban en el pueblo de Aristimuño que no se donde es pero creo que cerca de Buenos Aires o empezaban acá en Unquillo. Entonces ganó Rally y empezaron acá en Unquillo. Vino el representante del espectáculo, entonces dijimos bueno vamos hacerlo por un precio. Creo que en ese momento eran \$4000 o \$5000 nada más. Terminaron siendo dos espectáculos a sala llena y en ese momento se cobró \$380 la entrada.

Se llenó el cine y bueno el cine salió perdiendo si se quiere. Si lo mirás del lado comercial, salió perdiendo. Hoy por hoy no lo haríamos de esa manera pero en ese momento lo hicimos de esa manera.

C: O sea la parte comercial está presente por lo que decís ¿no? porque hay un mantenimiento, para darle también valor al espacio y demás, pero digamos que el fin no es ganar plata y hacerse ricos...

R: Claro. Y es un espacio accesible, eso es también lo que nosotros pretendemos que sea: accesible.

C: También otro de los objetivos del programa Espacios INCAA, por lo menos por lo que dice en el sitio oficial, es fomentar el respeto por la diversidad y la promoción cultural y la identidad nacional ¿sentís que en alguno de estos aspectos el cine de Unquillo contribuye?

R: Sí, totalmente, totalmente, totalmente. Incluso por una cuestión política acá no se le negó a nadie nada, incluso acá se hizo el espectáculo de Mariano Saravia que era de todos los países, un espectáculo cultural, político, musical. Iba cantando la historia. se llamaba *Historia Cantada* o algo así y se hicieron todos los espectáculos acá en Unquillo. De repente había gente que decía “no, pero eso es muy político”. Yo no voy, no me gusta” bueno, si no querés no vengas, pero nosotros no le podemos decir que no a alguien por una cuestión política ni tampoco por una cuestión religiosa ni por una cuestión... acá se ha hecho de todo, por ejemplo los del cine comunitario han hecho todo una serie de películas en el marco de la diversidad por la cuestión de sexo y acá no ha habido ningún problema. Y yo creo que eso es una buena contribución para todos, las puertas están abiertas para todos.

C: Vuelvo a preguntarte un poco acerca de esto que recién me contabas, del programa para formación para jóvenes ¿Creés que el cine de Unquillo contribuye en la formación de espectadores del cine?

R: Sí, sí. Yo creo que sí porque la gente por ejemplo viene a ver una película para niños, gente que no viene al cine por otra cosa si no viene a traer a sus hijos al cine, y de repente se pone a mirar la cartelera y dice “che, ¿y esta película de qué se trata?” entonces nosotros, eso es otra de las cosas que hacemos, le comentamos ¿viste? “mirá tal película está muy buena, vení a verla porque está muy buena”. Así como, de repente, nos preguntan por tal película y nosotros sabemos que la película es horrible entonces le decimos “mirá, es una película que tiene ciertas dificultades”, tampoco le decimos que es horrible pero tampoco le vamos a mentir a la gente, porque después me dicen “vos me dijiste que viniera a ver esto y es horrible”. La gente se lo toma como algo personal también, entonces frente a esas cosas yo creo que nosotros hemos formado gente, que ha venido a ver películas que nunca había ido al cine a ver otra cosa que no fuera de niños, y de repente se encuentra mirando una película de autores cordobeses, por ejemplo, diciendo “ah, mirá, no sabía que acá se hacía cine, ¡qué bueno!”

C: Bueno, genial. Obviamente sacando el contexto de la pandemia, pero sé que se da, a veces el encuentro entre el realizador de la película y el público, que a veces los directores o los realizadores van al cine ¿eso es frecuente o pasa poco? ¿quién está a cargo de organizar esos encuentros?

R: Esos encuentros primero estaban presentados por el INCAA, organizados por el INCAA, donde el INCAA le pagaba los pasajes, la estadía, hasta la comida le pagaban a la gente que venía, y después en un momento dejaron de hacerlo y nosotros no podríamos asumir eso. Sí, por ejemplo, ha venido gente de acá a estrenar películas de Córdoba, incluso venían artistas que viven acá en Unquillo que son actores, por ejemplo, y bueno acá dimos por ejemplo la película del Cura Brochero. Esa es una película que el INCAA no la mandó en ese momento pero desde uno de los colegios católicos de acá nos pidieron la película entonces dijimos “bueno, la vamos a conseguir”. Y había dos versiones y mirando las versiones me encuentro con una en la que el Cura Brochero está protagonizado por Pablo Tolosa que es un actor que vive acá en Unquillo. Entonces dijimos “bueno, vamos a traer la que el actor es de acá” y bueno, trajimos la película, le avisamos a Pablo y en un momento estaban todos los chicos mirando la película, terminó la película y apareció Pablo. Imagínate la cara de los chicos de ver al Cura Brochero ahí delante de ellos ¿no? entonces esas cosas yo pienso que son las premisas que tenemos nosotros con respecto al cine. Yo soy un tipo que desde niño he visto cine, no me considero un entendido. Estoy aprendiendo, a medida que va pasando el tiempo y voy viendo cine, voy entendiendo muchas cosas más que antes porque antes yo veía una película o una o dos veces como mucho, pero ahora veo una película y ya tengo poder de análisis de tanto verla. Y eso también es interesante. Por eso digo, está bueno que la gente venga activamente al cine porque así puede ver las películas y saber de qué se trata.

C: Claro y esa capacidad crítica, por así decirlo, ¿sentís que en el público que va siempre al cine, o que va seguido, se fue desarrollando con el tiempo?

R: Sí, sí, sí, totalmente. Lo bueno es eso también, porque hay gente que de repente sale y me comenta algo, y atrás de esa persona viene otro y me dice “no, pero eso no es así, eso no lo siento de esa manera”, entonces a veces se crean unos debates acá en el hall que está buenísimo.

C: ¡Qué bueno! Bueno ahora pasando un poco a la última parte, si se quiere, más de comparación o de tener un poco en cuenta estas nuevas formas de consumir cine o productos audiovisuales, me gustaría saber si vos pensás que es una desventaja el hecho de que el cine ofrezca una programación específica con películas que se dan en un lugar, a tal día, a tal horario *versus* la posibilidad que tiene la gente hoy en día, más del autoservicio y de decir “bueno yo voy a ver esta película a la hora que quiero, en el lugar que quiero”.

R: Claro, o sea yo te lo voy a graficar con mi profesión. Yo como titiritero, nos tenemos que enfrentar a esto que es lo mismo: la gente de repente ve un espectáculo una película en la televisión pero no es lo mismo el frente a frente y esto es más o menos lo mismo. No es lo mismo ver una película sentado en la comodidad de tu casa que verlo sentado en la incomodidad de una butaca acá en el cine, porque no tenemos butacas cómodas, pero el hecho de estar acá dentro del cine, en una sala con más personas tiene otra connotación y la gente a eso también lo valora. El hecho de salir, hablábamos de esto con los compañeros de la Red, y algunos dicen “la gente se va a habituar a esto de las plataformas, que tiene la posibilidad de ver la película cuando quiere, cuando quiere la para, va al baño, come algo, la sigue”, yo creo que la gente va a tener la avidez de salir, de estar con gente, y va a volver a llenar la salas, de eso yo no tengo dudas, no tengo dudas. Y que sí, las plataformas van a seguir existiendo, van a estar. Netflix, por citar una, tiene una cuestión especial dónde yo sé que hay películas de Netflix que no las voy a ver en el cine, en una sala. Yo he visto algunas series de Netflix que sé que no las voy a ver a ningún lado si no las veo ahí, pero eso no quita que yo vaya al cine como espectador. Así como, por ejemplo, la gente diría “bueno, la gente no va a salir a los bares porque ya se acostumbró a comer en su casa, por una cuestión de higiene, por una cuestión de salud, por la cuestión de seguridad”, pero ya está la prueba: se abrieron bares y algunos restaurantes y la gente fue masivamente a los lugares, y eso va a ocurrir con esto también. Yo creo que va haber una convivencia entre las dos cosas, y hasta algún punto es una convivencia sana porque la gente, por ejemplo, que ve la película en el cine, después la ve en la plataforma de CINE.AR. La va a querer ver en CINE.AR porque le gustó la película acá aunque ya no esté más la película acá. Y si la película está en CINE.AR y la gente se entera y la ve, después va a querer venir al cine a ver la película porque sabe que la va a ver de otra manera, con un sonido más envolvente, con una pantalla más grande. Entonces por eso, es un ida y vuelta que también nosotros tenemos que aprovecharlo. Por eso también nosotros ahora dentro de lo que estábamos haciendo, que lo hacíamos en la plataforma de la Muni, era promocionar lo que está en CINE.AR PLAY. Si vos entrás en el sitio de la Muni y en el Facebook de la Muni, del cine, va a aparecer la lista de las películas que se están dando en CINE.AR.

C: Y con relación a esto que decías vos, sobre que la gente va a volver porque no es lo mismo estar solo en tu casa, o en otro lugar con el celular o la compu, viendo una película que estar en el cine ¿cuál sentís que es esa gran diferencia?

R: El ser humano es social. Somos sociables, nos manejamos en grupo, en rebaño. Esa es la parte animal que la gente desconoce. No hay persona solitaria o son muy pocas las personas solitarias. El otro día escuchaba a alguien en la televisión que decía “yo me quedé solo en mi casa porque mi mujer se fue y pensé que me iba quedar contento porque estaba solo, mi casa para mí y para hacer lo que se me antoje, pero no es así” y llega un momento en que decía “estoy solo acá y tengo que estar con alguien, necesito estar con alguien”, y eso es lo que le pasa al ser humano. Entonces va a un recital la gente también por eso, no solo va a por el artista, sino también porque sabe que va a haber un toco de gente. Nos pasa siempre, uno va y participa de un carnaval, por ejemplo, porque sabe que hay un hecho en conjunto y eso es así, es algo que es antropológico.

C: ¿Qué pensás que se da dentro de una sala que no se puede imitar en un hogar? por más de que tengas mucho desarrollo técnico de las plataformas y demás, ¿cuáles son las características de la sala que no se pueden imitar en las casas de las personas?

R: Ahí estamos empatados, estamos empatados con la sala porque hoy por hoy... yo tengo un amigo que vive en Santo Tomé, por ejemplo, que una vez me invitó a la casa y me dijo “te voy a mostrar una filmaciones que hice cuando fui a China” y yo pensé que me iba encontrar con una netbook y el tipo tenía conectado un sistema de parlantes, una habitación que la tenía solamente para eso. Hasta se había comprado unas especies de butacas, tenía un cine en su casa. Claro, entonces vos hoy podés lograrlo eso. Desde que aparecieron los televisores que ya vienen conectados con componentes, vienen junto con audio, con eso no podemos competir, o sea estamos en la misma. Nosotros sí nos jactamos de que

tenemos una buena tecnología, que eso está muy bueno y que la cuidamos y que la sabemos usar, eso está buenísimo.

C: ¿Y con qué sí sentís que le pueden competir, en algún punto, si no es tanto la parte técnica?

R: Con lo único que nosotros le podemos competir a eso, yo te digo, es con la presencia de la gente. La gente quiere estar, nosotros contamos con eso, contamos con el hecho de que a la gente le gusta venir, juntarse y estar en conjunto. De saber que de repente estamos vendiendo pochoclo en la puerta y sienten el olorcito y ven entrar a uno con pochoclo y la gente se mira y dice “ah, vos compraste pochoclo, yo también voy a comprar”. Es el hecho social. Lo que somos como seres humanos. Eso es la única competencia que podemos tener con una sala a la que podés invitar a, qué sé yo, 15, 20 personas en tu casa, más de eso tampoco vas a poder invitar. Por eso, te digo más, la energía que se siente cuando hay una sala llena... y también una película, incluso películas de niños que vos decís “puede ser un caos eso”. No, hay unos silencios mirando la película, disfrutando la película que, también, las películas de Disney hoy por hoy no son las mismas que las que yo veía cuando era niño. Hoy por hoy Disney tiene producciones, te hablo de Disney por decirte Disney, pero todos hacen unas producciones espectaculares ¿me entendés? Con unos sentidos... acá dimos *Coco* por ejemplo, la tuvimos no sé cuantos meses y no sabés los silencios, la gente grande que salió llorando, la gente que se iba, que se miraba y se iban siguiendo por los pasillos comentando “qué buena película, cómo nos hizo sentir”. Es indescriptible eso, no se compara con la soledad en la casa, con más equipo y sonido que tengas.

C: En ese sentido, ¿sentís que la sala es quizás una ruptura con lo que pasa en el mundo exterior? ¿entrar a una sala es romper un poco con lo que pasa afuera y entrar en otro universo, si se quiere?

R: Es exactamente eso, es lo mismo que cuando uno entra a un teatro que estás en otro mundo, entraste en otro mundo ¿entendés? Que, por ahí, puede hasta pasar a veces en un recital al aire libre con mucha gente. Es como que entrás en otra dimensión, pero acá el hecho de estar en la sala, entrar a la oscuridad, es otra cosa. Te metés en el mundo, te metés en esa pantalla, con esos sonidos y, hoy por hoy por ejemplo, está estructurado el sonido para que pase un avión y el avión te pasa por atrás y no te pasa por atrás pero vos lo sentís. Y que cuando alguien habla o grita o lo que sea, sale de otro lugar de la sala y eso ya te mueve otra cosa, estás metida dentro de otra cosa.

C: Y volviendo un poco a esto que decías sobre que el ser humano está hecho para estar en conjunto ¿qué importancia sentís que tiene la proximidad física y la co-presencia de otros cuerpos a la hora de estar viendo la película?

R: La gente por ejemplo, nosotros que miramos de atrás y vemos las cabecitas iluminadas, cuando hay algo que amerita que todos estén sintiendo lo mismo, ves que de repente la gente se mira con el de al lado, ni se conocen pero se miran y se dicen “mirá lo que dijo, mirá cuál fue el chiste”. No te digo que se den un codazo porque ya sería demasiado, pero yo creo que hay una interacción ahí, que la gente la siente y hasta uno lo siente que está lejos.

C: Y en ese sentido, de la proximidad de los cuerpos, ¿cómo sentís que va impactar la pandemia? digo, más allá del protocolo, ¿sentís que va a dar miedo y que la gente va a estar más reacia -o no- a estar cerca de otros cuerpos?

R: Mirá, yo creo que es una de las cosas que empezamos a armar cuando dijimos “bueno, vamos empezar armar el protocolo”. Lo primero que nosotros pensamos era en que la gente no sienta el cambio, darle esa tranquilidad. O sea, que la gente no sienta como que está entrando a un hospital y que le van a decir “acá tiene que cuidarse”. No, no, que sea todo con la mayor naturalidad posible. Por supuesto que la idea es poner una alfombra donde la gente se limpie, que la gente ya haga la cola, como hacer la cola para entrar a cualquier lugar, con distanciamiento. Una de las ideas que teníamos era de tratar de que la gente, tratar, no yo creo que vaya a ser de esa manera, que la gente saca la entrada y automáticamente tiene que entrar a la sala, sentarse en el lugar asignado, que eso también lo estamos viendo: si ponemos entradas numéricas, que eso puede ser una opción. Entonces vos tenés tu lugar y sabés que es ese lugar, que sería lo más apropiado en este caso. Va a ser más engorroso para nosotros pero yo creo que va ser más efectivo a la hora de que la gente venga, se siente y diga “bueno me tocó el número 15, me siento ahí y listo”, eso va a ser una y después, bueno, nosotros teníamos dos a aspectos que nos preocupaban mucho que eran los niños muy chicos, que podría ser difícil de controlar y acá tenemos un público que es muy chico y que no vamos a poder controlarlo si no lo controlan los padres, por ejemplo. Entonces, en un principio, poner límite de edad para las películas. También veríamos cómo hacemos: si sentamos por grupo familiar en las películas de niños por ejemplo, poder sentar 4 personas que sabemos que vienen juntas y van a venir esas 4. Todo eso creo que es viable y que lo podemos hacer. Por supuesto

que no va a haber nada con comida, que para nosotros en cierto modo va a ser como una ventaja por el tema de la limpieza, que también, entre películas y películas, en las películas de niños, nos llevaba cerca de media hora de limpieza y después por otro lado, también, el control en los baños. Vamos a tener que tener gente que esté controlando el baño y limpieza constantemente del baño, que eso también, nos va a llevar un tiempo, pero teniendo el personal para hacerlo, lo podemos hacer perfectamente. Y bueno, después, ya sale la gente a la calle, ya después corre por cuenta de ellos, pero que cuando vengan al cine se sientan protegidos, que están cuidados, cuidados en todo sentido ¿no? Cuidados físicamente y anímicamente también, que eso es lo principal.

C: Y cuando vuelvan, ¿qué cantidad de personas esperan? ¿cómo sentís que va a volver la gente? ¿cómo sentís que va a reaccionar?

R: Para mí hay dos posibilidades y todo va a depender del momento en que lo hagamos. Si lo hacemos hoy por hoy, si vos me decís que mañana empezamos a ver las películas, yo te diría que para mí es una incertidumbre sobre qué cantidad va a venir. Porque hay mucha gente que, de repente, no va a venir por miedo, que creo que sería la mínima. Fíjate vos que acá desde que empezó la pandemia, dos o tres días estuvieron cerrados los comercios, después siempre estuvieron abiertos los comercios, y es un tráfico de gente en todos los lugares, por más distanciamiento que vos pongas, o todo lo que digas, acá los comercios siguen andando y los contagios no fueron tantos para el tráfico de gente que tenemos. De 25.000 personas, que haya máximo 10 contagios por día como lo estamos teniendo ahora que es el pico de la pandemia, yo pienso que tenemos esa ventaja, de no tener tantos contagios. Bueno, sé que alguna gente no va a venir, yo personalmente a los restaurantes de acá de Unquillo no he ido a sentarme, eso yo lo he cambiado totalmente. Antes yo era más asiduo a sentarme a tomar algo, a comer algo, hoy por hoy no lo hago. Pero no lo hago también por la edad que tengo, por la edad de mi esposa, porque ahora justo se acrecentó la familia y tenemos niños chicos, entonces nos cuidamos en ese sentido. Por ejemplo, en mi casa, el único que sale a hacer los mandados soy yo y teniendo todas las precauciones, venir, desinfectar todo, desinfectarse uno. Y bueno, acá en el cine para trabajar mucha gente de las diferentes áreas se han abocado a trabajar en salud. Incluso tengo un compañero, Guillermo, que está trabajando para salud, está haciendo todo un seguimiento a la gente que tuvo Covid, vía correo electrónico, vía WhatsApp. Ellos están en otro lugar, no están acá en el cine. Yo estoy en el cine porque vengo hacer mantenimiento y yo pedí para estar sólo acá, con la única persona que estoy a veces, es con la persona que viene a hacer la limpieza. Yo pedí estar solo, si quiero, tengo la potestad de estar en mi casa, pero alguien tenía que venir, por ejemplo, a prender los equipos porque nos dieron la consigna desde INCAA de prender los equipos, porque si no se pueden desconfigurar y eso llevaría un tema de que sale un montón de plata reconfigurar los equipos. Sumado a que están ya los software medio obsoletos, sería una problemática muy alta, entonces nos estamos manteniendo así. Yo tengo que prenderlos una vez por mes por 24 horas, vengo todo el día, lo prendo y al día siguiente vengo y lo apago.

C: Y entonces, volviendo a pensar un poco esto de qué puede pasar cuando reabran, ¿sentís que ese miedo de la gente va a influir? o sea ¿va a haber menos personas que vayan al cine?

R: Tal vez en un primer momento, después yo creo que la gente se va ir acostumbrando. Va a ir tomando confianza y lo va a hacer. Ahora, si nosotros lo hacemos después de que haya una cierta comunicación en el pueblo ¿viste? Porque, por ejemplo, la Muni saca muchos comunicados de la cantidad de gente que se va contagiando, de la gente que está recuperada, de los fallecidos, que por suerte no son muchos. Porque lo que va de la pandemia, tener sólo cuatro fallecidos en un pueblo de 25.000 personas es un aliciente muy grande. Yo creo que la gente en la medida que vaya viendo eso, si nosotros tomamos la reapertura desde un lugar más descansado de la pandemia, yo creo que ahí vamos a tener -con protocolo- vamos a tener la capacidad llena de lo que nosotros consideramos, que va a rondar entre 62 y 72 personas en una sala de 220 butacas.

C: Claro. Y además estas cuestiones que tienen que ver con lo sanitario y con lo del protocolo y demás, ¿cómo se piensa el futuro del cine y sus estrategias de supervivencia? ¿qué cosas sienten que van a tener que cambiar, si van a cambiar algo o si van a seguir haciendo lo mismo de siempre? o pensando en las características particulares del cine, decir “bueno tal cosa es nuestro caballito de batalla y sabemos que nos va a salvar porque mucha gente va a querer venir por tal cuestión” ¿cómo piensan la estrategia de supervivencia a futuro?

R: Nosotros la idea que tenemos es ofrecer la sala para streaming tanto para músicos, para gente de teatro, para danza, o lo que sea. Porque eso les está funcionando a la gente, por lo menos es uno de los que los conductos que tienen los artistas, hacer los streaming. Entonces hacerlo desde una sala no es lo

mismo que hacerlo es el living de tu casa y por ese lado también podemos tener un rédito, que al cine le sirva por lo menos como manutención y que le sirva también, más que nada, al público y a los artistas, eso por un lado. Después también podemos funcionar como lugares de ensayo, ya te digo, al ser municipal, bajo protocolo se pueden hacer los actos como se venían haciendo. Yo lo siento de esa manera ¿no? Lo que pasó con esta pandemia es un “estate quieto”, es una paralización, nada más. Que nosotros no la teníamos prevista, no sabíamos que nos iba a pasar, pero tenemos la suerte que somos empleados municipales y no nos afectó en lo económico. Pero por ejemplo, yo que hacía horas extras, no puedo hacer más horas extras porque no tiene justificativo la hora extra, pero sí, por ejemplo, a esta chica que yo conozco que trabajaba en el cine de Salsipuedes le pidieron el retiro voluntario. Entonces yo creo que hay personas que la están pasando peor que nosotros, yo no me puedo quejar. Y estoy a disposición del cine para lo que sea y a disposición de la municipalidad. Por ejemplo, el otro día hubo que ir a una escuela de acá, que iban a entregar unas tarjetas para que la gente vaya a retirar alimentos, tarjetas sociales, y nos pidieron si podíamos ir nosotros a echar alcohol en las manos a la gente que iba entrando y a tratar de que no se amontonen y que respeten el distanciamiento y todo eso, porque no dábamos abasto con la cantidad de gente. Y lo iba a hacer, yo no tenía problema, pero de la misma municipalidad dijeron “no, esta persona tiene 62 años, que se quede en su lugar de trabajo y no vaya a hacer eso” y a otra compañera que está con el mismo caso le dijeron lo mismo.

C: Y volviendo a esto de la vuelta, cuando vuelvan ¿cuál sentís que es ese rasgo que los hace únicos, especiales o diferentes a otros cines, que la piensan como carta a jugar o que piensan que va a hacer que la gente los vuelva a elegir?

R: Mirá, yo creo que...estábamos viendo más que nada con las películas comerciales, que quedaron pendientes un montón de estrenos y que Disney, por lo que yo veo en las plataformas, no la va a estrenar todavía, y eso tiene que ver con que Disney va tanteando. Porque, por ejemplo, a mí me llega información de cuánto sale y están haciendo una promoción de \$3000 y algo por año para tener acceso a la plataforma, pero con todas películas que ya se vieron, que Disney ya las estrenó. Entonces hay un par de películas de Disney, otras de la Warner, otras de la UIP, que no se dieron y que sabemos que las pedimos y las vamos a tener, y las vamos a tener a buen precio. Por ahí tenemos que aggiornar el precio, no tener las entradas a \$100 sino a \$120 ponele, pero que las vamos a tener y la gente va a querer venir a ver esa película. Porque vamos a estar con la misma postura nuestra de una sala con cierta calidad, con un precio accesible y con atención de siempre, que eso no se pierde por más pandemia que haya, no la vamos a perder a esa atención. Solamente que nos van a ver diciendo gracias con barbijo, nada más.

C: Bueno, para finalizar Ronald, te hago una última pregunta: ¿qué sentís que diferencia al cine de Unquillo de otras salas y qué sentís o qué crees que es lo que la gente más se acuerda de ver películas en el cine de Unquillo?

R: Yo pondría en primer lugar el trato humano, la atención personalizada que tenemos con nuestro público. Que la gente ya cuando está haciendo la cola, yo estoy parado en la puerta para recibir las entradas, que lo hacemos indistintamente. A veces lo hago yo, a veces lo hace un compañero, pero el hecho de que cuando entra la gente ya hay una mirada, un contacto, un “hola, ¿cómo andás?”. Incluso a veces nos damos cuenta cuando una persona es la primera vez que viene, porque pregunta dónde están los baños o al entrar a la sala dice “ah, mirá que bueno esto” y ahí decimos “es la primera vez que entra”. Pero lo primero es el trato, el trato humano, el trato cordial. A mí me encanta que el público venga al cine porque ya el hecho de que alguien venga al cine tiene otra predisposición, no que venga alguien a comprar algo que necesita. Si bien es una necesidad también el cine, la gente viene por placer, por ser socializado, viene por encontrarse y para sentirse feliz. Eso es lo más importante: viene al cine para ser feliz. Y nosotros tenemos que tener todas las posibilidades y hacer todo lo posible para que eso se concrete, para que la gente venga por una felicidad a este lugar que es de ellos, porque el cine en definitiva es el pueblo, el pueblo paga los impuestos y tiene la posibilidad de tener esto.

C: Bueno, muchas gracias Ronald.

B: Bueno, espero que todo esto que hemos hablado te sirva para vos, para tu tesis y te iba a pedir que después cuando lo tengas, si tenés la posibilidad la posibilidad de pasárnoslo, me lo puedas pasar para archivarlo, para tenerlos nosotros también. Me basta con ver el resultado final, que creo que va a estar bueno y ojalá a vos te dé felicidad también.

C: Muchas gracias, gracias por tu tiempo y estamos hablando. Que andes bien.

R: Chau, chau, gracias.

### **3. Entrevista Guillermo Lavayen: empleado del CTMU**

**12/11/2020 - 17.30 hs. Entrevista virtual vía Zoom**

C: ¡Hola!

G: Hola, qué tal.

C: ¿Cómo andas?

G: Bien ¿y vos?

C: Bien, todo bien. ¿Me escuchás bien?

G: Sí, bastante bien.

C: Bueno gracias Guillermo por tu tiempo, por estar acá. Bueno te contaba, yo ahora estoy viviendo en Buenos Aires pero soy de Unquillo y estoy haciendo la tesis para la licenciatura en Comunicación Social de la UNC, y como yo hice la especialidad en Audiovisual entonces se me ocurrió laburar con el cine de Unquillo. En principio la idea era hacer una investigación sobre el rol sociocultural del cine en la comunidad, relacionándolo con esta que viene pasando hace un tiempo que son las plataformas digitales cada vez con más usuarios o más oferta y demás. Y bueno, obviamente este año se vio interrumpido por la pandemia entonces va a aparecer en la investigación también. Tener en cuenta qué está pasando en el cine, que está cerrado al público y que opiniones o que esperan a futuro. Bovio que nadie sabe y son puras hipótesis, hay mucha incertidumbre, pero también me sirve saber ustedes que se imaginan a futuro y demás.

G: Dale, no hay problema.

C: Te empiezo preguntando lo más básico ¿cuántas personas trabajan en el cine y cuales son sus tareas?

G: Físicamente ahí somos cuatro. Está Ronald que es el encargado de la sala, y hace las veces del programador, o sea hace la programación. Él es el que más en contacto con INCAA y bueno, estamos también todos los días en los horarios de la función. Después Néstor que se encarga mucho de hacer la venta de las entradas y la caja diaria. Y después yo, bueno un poco la gestión de la facturación, como esto lo gestiona o depende de la Dirección de Cultura de la Municipalidad, entonces un poco todo lo que es la gestión esa de conexión con la municipalidad, la rendición de caja, la gestión de la factura, recibirlas, hacerles todo el seguimiento, la comunicación con las distribuidoras en ese aspecto. Y después en el aspecto de las cifras que se enviaban a INCAA y a otras empresas que se dedican a hacer las estadísticas. En sí, bueno, más o menos eso. Y después una persona de limpieza que estaba complementando.

C: Y en relación con eso que mencionaba recién ¿vos más o menos te acordás las estadísticas de público? ¿cuántas personas fueron al cine en el 2019? O no sé cómo se mide eso, si se mide por semana, por mes, por semestre.

G: Habíamos empezado a hacer una estadística. Yo empecé en el 2016 en agosto, septiembre y de a poco fuimos empezando a llevar un poco más en detalle y más controlado el tema de la afluencia de público. Igual fuimos todos apuntando a que la afluencia sea mayor, entonces también estuvimos buscando otras películas un poco más comerciales. La verdad que fue creciendo, o sea, fueron muchas veces que se quedaba mucha gente afuera porque no daba la capacidad. Entonces la verdad que no te sabría decir exactamente, ahora no lo tengo a mano, si lo hubiera sabido de antemano por ahí tenía alguna cifra como para darte, pero no sé, la verdad que no me acuerdo. Este año casi estuve totalmente desconectado de lo que es el cine y ahora, últimamente, estoy un poco más desconectado de la parte de cultura así que estoy casi con los números medio olvidados, pero fueron buenos, una época muy muy buena sobre todo el 2019, el 2018 también fue una época de mucha gente. Y, obviamente, gente de la ciudad de Córdoba, de ciudades aledañas, que venían específicamente al cine. Así que eso habla de una buena tarea, también empezamos a buscar un poco más lo que es la difusión, las redes sociales y todo eso, entonces eso ayuda mucho claro.

C: Y esas estrategias de publicidad, de comunicación ¿quién se encarga? ¿se encargan ustedes o la municipalidad? ¿quién las diseña, quién las lleva a cabo?

G: Sí, en realidad es un poco una tarea conjunta ¿no? Porque nosotros, a través de la oficina de prensa y difusión que ahora creo que oficialmente se llama Oficina de Comunicación o algo así, se prepara folletería, preparamos la misma programación, que lo distribuimos en los locales. Era como un folleto que a la vez servía como 2X1. Entonces se fueron aprendiendo y poniendo en práctica algunas técnicas o algunas opciones para favorecer la afluencia. Y un poco de las redes sociales, eso también fue un poco cambiando. Al principio lo único que había, de entrecasa, era una página de Facebook y otra vez, de ahí fuimos acrecentando. Después, a través de las cuentas oficiales de Instagram o de Twitter de la municipalidad también se difundía la programación, así que se fue aumentando. Fue, digamos, un trabajo que se fue haciendo de menos a más.

C: Y más allá de las estrategias de comunicación o de difusión ¿qué sentís vos o cuál sentís vos que es la mejor estrategia para fidelizar al público? O sea, para que la gente que va al cine tenga ganas de querer seguir yendo.

G: Y bueno, o sea, yo aprendí en el poco tiempo que llevo en el cine, que no es una sola cosa, es un conjunto de cosas. Es algo sencillo como que alguien te llame y te pregunte y vos le des la información bien dada, de buena manera y que sea confiable la información que vos le des. También que las entradas sean super recontra accesibles, que se respete el cronograma o los horarios. Es todo un conjunto de cosas, que la sala esté limpia, que uno reciba bien a la gente y los atiendan bien. Es un conjunto de cosas. Entonces creo que es tener, a nivel equipo o a nivel de la dirección, un buen esquema, un buen armado, un buen programa armado, digamos, y cumplirlo con el mayor rigor. Por ahí la palabra rigor es un poco dura pero creo que ese rigor quiere decir seguir exactamente las pautas que te fijaste ¿no? Entonces creo que eso hace mucho porque a la gente vos le decís esto, esto, esto y lo haces eso y eso y eso entonces la gente empieza a saber que se va a cumplir eso que le dijiste. Y todo eso hace mucho, así que es un conjunto de cosas. Siempre intentando pensar en que la gente que vaya al cine y quiere ir al cine a ver una peli y si puede pagar poco también, entonces hay que tener muchas cosas bien claras y respetarlas. Tampoco es ninguna ciencia pero, bueno, creo que hay que hacerlo bien y nada más, nada de otro mundo.

C: Bueno obviamente ahora en pandemia no, pero una jornada típica laboral del cine ¿cómo sería?

G: No sé, sábados y domingos que había más funciones, había cuatro funciones para ver películas y la primera de la tarde, digamos la función de las cuatro o de las seis, eran películas aptas para todo público apuntadas principalmente a los niños. Entonces era llegar y disponer todo y empezar a intentar recibir a la gente y, bueno, intentar ordenarlos porque había momentos que venía mucha gente que había cola para afuera del cine. No sé si debe haber algún registro ahí en imágenes. Entonces intentar ser sereno, atender bien a la gente lo antes posible y, bueno, no mucho más que eso. Y después intentar que el ingreso a la sala sea ordenado, que cada uno entienda cómo es, intentar que se respete. En muchos casos la afluencia es desmedida porque muchas veces nos quedamos con gente afuera...entonces, no sé, es lindo. La verdad es que es un lindo trabajo en el sentido de eso, de que vos ves que la gente entra con gusto y se va con más gusto todavía, entonces está bueno. Igual después había días, por ahí un jueves o un viernes, que por ahí venía menos gente, poca gente. Bueno qué sé yo, creo que igual lo importante era estar y estar siempre, para que la gente supiera qué tenían que hacer.

15.02

C: ¿Cuáles creés que son los objetivos y las metas a largo plazo del cine de Unquillo?

G: Bueno, eso un poco lo dijo y es voluntad del intendente, o sea, yo he trabajado sólo con este intendente ¿no? Hasta ahora, que es el segundo mandato que lleva, o sea, es el segundo consecutivo porque antes también había estado pero yo no había trabajado con él y no trabajé con otro intendente. Él quería el cine abierto, o sea, que el cine funcionara apuntando a una cuestión muy social. O sea, que la gente tenga un lugar donde distraerse y ver una peli. Entonces lo primordial era que el cine estuviera abierto. Para eso, para tener un punto de atracción, para tener un punto de referencia, algo que el cine fue y es...super tradicional. O sea, es mucho menos publicitado, o mucho menos conocido, que los cursos pero quizás yo lo comparo con eso y hace infinidad de años que funciona, o sea, el cine funciona desde hace mucho antes que los cursos de Unquillo y es una referencia y hay mucha gente, gente mayor, bastante mayor, que se acuerda de haber ido al cine. Entonces es algo distintivo y obviamente, con la premisa esa de que a nivel oficial o a nivel de la gestión política se lo quiere tener y se lo quiere mantener, entonces vamos para adelante y hacemos lo que sea intentando estar. Con esa finalidad: que la gente tenga un punto de distracción, digamos, de comunión. No sé, se juntan muchas cosas después en eso.

C: Y si tuvieras que pensar una meta o un ideal o un horizonte a largo plazo del cine ¿qué sería?



G: Por ahí, digamos, estaría bueno que el cine sea completamente de Unquillo digamos. O sea, la sala es una sala privada que se alquila y hay un convenio con el INCAA. O sea, hay una cuestión ahí entre las tres partes que, por ahí, estaría bueno decir “bueno, hoy el cine es de Unquillo”. O sea, si hacés una sala en esta época, hacés una sala con muchas comodidades y, bueno, adecuás la programación a lo que vos creés que tiene que ser. Eso podría ser como un buen objetivo, digamos, sin desmerecer lo que pasa ahora, actualmente. Porque es bastante interesante, digamos. De alguna forma puede aliviar el hecho de que vos estés trabajando con el INCAA porque el INCAA te provee de un montón de cosas, pero bueno, por ahí no sería descabellado pensar en que la sala sea propia, enteramente del pueblo, de la comunidad, de la gente. Sería interesante.

C: Y si tuvieras que pensar en las mayores fortalezas y las mayores debilidades del cine de Unquillo...

G: Fortaleza justamente eso, que cumple una función social en el sentido de que las entradas son absolutamente accesibles, o fueron hasta cuando fueron, y que había la posibilidad de ingreso para todo el mundo, que está gestionado por alguien que lo quiere tener, que no le vemos solo la cuestión económica, la cuestión del rédito monetario, sino que está un conjunto de cosas. Principalmente en lo social, yo lo miro por ese lado ¿no? Creo que esas pueden ser las mayores fortalezas. Y después, bueno, quizás alguna debilidad es... qué sé yo...en realidad tiene poco. Sí es una sala vieja, sí es una sala que quizás no tenga absolutamente todas las comodidades de las salas nuevas pero está climatizada, tiene buen sonido, tiene buena imagen. Lo único que se me podría ocurrir es la parte de acceso, de estacionamiento. O esa, esa parte digamos, pero qué sé yo, igual no lo sé porque la gente tampoco se queja mucho, pero es algo que, digamos, a uno se le ocurre como una posibilidad más para que la gente llegue cómoda y entre cómoda a la sala. Decir bueno tenemos playa de estacionamiento, dejás tu auto ahí y no tenés que estar pendiente de cruzar una calle o no. Eso creo que es algo mejorable digamos, pero en principio funciona bastante bien.

C: ¿Cuál es el vínculo que tiene el cine con la Municipalidad de Unquillo?

G: Es a nivel administrativo, o sea, los empleados que trabajamos ahí somos empleados municipales. La que tiene el convenio con el INCAA es la municipalidad, la sala la alquila la municipalidad. Digamos, prácticamente, es casi todo suyo salvo que no es suyo, pero después, la rendición de las entradas y todo eso después de pagar impuestos y todo eso... bueno, incluso los impuestos los paga la municipalidad. O sea, en realidad, es la municipalidad misma la que maneja todo. A nivel privado o a nivel individual no hay nada.

C: Y dentro de esto que mencionabas recién de la intención del intendente de mantener el cine abierto, dentro de las políticas municipales, específicamente de cultura, ¿qué lugar sentís que ocupa el cine?

G: No sé, la verdad que no te sabría decir pero creo que tiene un lugar importante. Primero porque tradicionalmente tiene una historia larga el cine. Es comparable con todas las otras actividades culturales porque sale de lo que es el horario normal de las actividades de todo el mundo. O sea, el cine está abierto de jueves a domingo por la tarde entonces yo creo que está, más o menos, al nivel general de otras actividades culturales y de turismo. Creo que están todas más o menos a un mismo nivel. Lo que pasa es que, bueno, justamente hoy por hoy es más fácil quizás abrir un lugar público o un lugar al aire libre que la gente quizás podría ir, a que vaya a una sala que es estar encerrados en un lugar. Entonces ahí es más complicado, pero creo que a nivel de las otras ramas culturales que hay en la municipalidad o en la dirección de cultura, estamos más o menos a la par de todas las otras.

C: ¿Y cuál es el vínculo -si es que hay- entre el cine y otras instituciones culturales de Unquillo?

G: No sé. En realidad todas dependen de la misma dirección de cultura, o sea, todos somos de alguna forma un equipo en el que cada uno trabaja en su sector. Pero, en general, es funcional la sala para el coro municipal o la banda de música. Digamos, se comparte la sala porque es un cine teatro. Entonces se comparte la sala para otras actividades culturales de lo que hace la municipalidad. Así que, eso. Estamos todos más o menos en un mismo grupo, en un mismo equipo, bajo una misma dirección y más o menos estamos todos informados o al tanto de lo que es el funcionamiento de todas las áreas o de todas las actividades culturales que hay.

C: Y particularmente ¿viste que hace poco se instaló ahí en Forchieri el centro de animación? ¿Cómo es el vínculo con el cine? Es decir ¿hay relación o por ahora no ha habido mucho vínculo?

G: La verdad que por ahí falta un poquito más de canalización, por decirlo así. O sea, el cine podría potenciar más o ayudar un poco más o, bueno, trabajar un poco más en conjunto con ellos. Pero bueno, es una tarea, digamos, que está por hacerse. Hoy por hoy, la directora de cultura tiene mucha relación con la gente de ahí entonces la idea es intentar eso, intentar canalizar o que ellos puedan tener ahí un

primer paso de difusión o de desarrollo. Mismo que las actividades que se hacen en el polo, se hagan ahí en el cine. Es algo para desarrollar más todavía.

C: ¿Y cuál sentís o cuál pensás que es la vinculación que tiene el cine con el entorno urbano?

G: Todo el mundo sabe dónde está el cine. Si bien está, digamos, bastante disimulado a nivel edilicio, digamos, es algo que la gente crece con el edificio ahí. Sin que se llame demasiado la atención porque no tiene una pancarta, ni iluminación extra, si bien se ha hecho eso, se han puesto carteles, se ha mejorado la iluminación, se ha pintado todo un mural alusivo a Cristiani que es el precursor o uno de los primeros de la historia de la animación, antes que Disney, entonces la gente sabe dónde está el cine sin llamar demasiado la atención. Entonces, digamos, no es algo que vos decís “uh, mirá, ahí está el cine” para los de afuera, pero, digamos, todo el mundo sabe dónde está el cine. A nivel social, a nivel popular, por decirlo así, está super metido en la comunidad de acá, el cine está ahí.

C: Bueno, un poco relacionado con esto que estábamos hablando recién, si uno piensa en Unquillo hoy, actualmente no porque estamos en pandemia, pero más o menos en estos últimos años ¿qué lugar sentís que ocupa el cine en la identidad de la ciudad?

G: Bueno un poco lo que hablamos antes. O sea, tiene muchos años de estar el cine. Hay gente que vive actualmente, familiares del que la hizo a la sala, y está en el mismo predio por decirlo así, porque está el cine, la galería y la imprenta... no sé, creo que el cine es parte de Unquillo desde siempre. Aparte se han realizado muchísimas actividades ahí, históricamente se hacían bailes, obras de teatro, no sé. Lo que pasa es que sí estuvo mucho tiempo cerrado y, por ahí, eso no colaboró. Pero creo que hoy, por ahí, le estamos intentando dar la vida que se merece y hay gente, mucha gente, mayores y no tan grandes que te dicen “uh, yo cuando era chico venía al cine y esto y lo otro” y te cuentan mil anécdotas entonces creo que está muy arraigado. Pasa que, bueno, yo te lo comparaba con el corso recién pero el corso es todo para afuera, muy visible, muy ruidoso. El cine no, pero a nivel tradición, a nivel cultura del pueblo, es desde siempre.

C : ¿Cómo creés que contribuye el cine en el desarrollo de la cultura local?

G: Y... a través del cine yo creo que se pueden hacer muchas cosas. Es importante para transmitir un montón de cosas a nivel cultural, a nivel ideológico si querés, a nivel laboral... abarca muchas cosas. Yo, obviamente, he ido aprendiendo porque la verdad yo en el cine estoy trabajando hace muy pocos años y he ido aprendiendo que a nivel cultural es muy significativo. O sea, hay películas que te muestran muchas cosas, y uno puede sacar visiones diferentes, miradas, por ahí, de cosas a nivel cultura general o de información que a uno, por ahí, se le va o no lo puede agarrar todo y por ahí con alguna película te lo aclara. Y es difusión de historia, difusión de la idiosincrasia de un pueblo. Creo que es muy interesante lo que aporta el cine a nivel cultural y, bueno, creo que hay que seguir manteniéndolo. Si bien el cine argentino tiene cierta línea, cierto el lineamiento más o menos... o sea, hay mucha gente que dice “uy, pero el cine argentino es aburrido”. Obviamente hemos ido aprendiendo también a hacer cine y a explorar en otras temáticas que no se hacían antes y, bueno, creo que es una rama de la cultura, toda una actividad, hasta toda una industria que se está desarrollando, que se está ampliando, que estamos aprendiendo a hacer otras cosas. Y creo que es interesante, sí, a nivel cultural es muy importante el cine.

C: ¿Sentís que el cine de Unquillo contribuye o interviene de alguna manera en procesos de inclusión social o de apropiación del espacio público por parte de la gente?

G: Yo creo que sí, creo que a la gente le gusta ir al cine. Yo también he ido aprendiendo eso. A veces decía “¿quién va a venir a ver una película un domingo a las 10 de la noche?” Y, si la película creés que te transmite algo, vas a verla. Entonces, digamos, te apropiás o despertás a ver cosas que, por ahí, no tenías o no se veían, qué sé yo. Creo que sí, que es importante a nivel no de contención, pero que es una rama que suma a gente que no le gustan otras cosas. O sea, a nivel cultural es un complemento de otras actividades sociales, culturales de la población. Yo creo que es muy importante la participación del cine en lo que es la formación cultural y, bueno, por eso intentamos que abarque también otras localidades vecinas. Ahora estamos un poco parados con este tema pero seguimos trabajando, seguimos con otras ideas, con otro formato ¿no? Así que estamos intentando hacerlo.

C: ¿Cómo es la relación o cuál es la relación que tiene el cine con el INCAA?

G: Hay un convenio que la municipalidad firmó con el INCAA para que ellos provean todo lo que es el equipamiento y las películas, sobre todo las películas de cine nacional. O sea, el INCAA es una institución para difusión de cine nacional, entonces obviamente que le damos cabida a eso. Dentro de lo que es el INCAA, es una parte más. El INCAA nos provee el equipamiento, nos provee las películas y hay una relación súper estrecha, digamos, a raíz de la programación de las películas, de la relación de la

cantidad entradas que se venden, de toda la cantidad de público que viene. Creo que es super estrecha la relación.

C: El cine, además de las películas del INCAA, proyecta estas pelis que me contabas que son comerciales, más apuntadas al público infantil, ¿qué diferencia ves vos en el público? ¿cuáles son las que tienen más público y por qué pensás que algunas pueden tener más público que otras? Y más allá de la cantidad de público ¿cómo funcionan o qué repercusiones tienen?

G: Y, es un poco lo que te decía. En estos pocos años en los que yo estuve íntimamente relacionado con el cine veo que el cine argentino, creo yo, que apuntó siempre a una misma temática o muy pocas temáticas, ha ido cambiando y ha ido metiéndose en otros temas o con una mirada diferente. Creo que el cine argentino ha ido y está evolucionando, está cambiando y, bueno, las películas de Disney o de productoras muy grandes, primero están apuntadas a otro público, presentan otras temáticas y nosotros decimos que son puramente comerciales, si bien hay muchas películas que tienen lindos temas. Por ejemplo, la película que me pego mucho a mí fue *Coco* que soy capaz de verla 100 veces más, y películas del cine argentino que son muy buenas como *La Odisea de los Giles*, como para nombrar algunas ¿no? O sea, a eso me refiero ¿no? Por ahí el cine argentino en una época tuvo una visión muy contestataria, muy reaccionaria contra algunos temas... temas muy feos que han pasado en Argentina y ahora también estamos intentando ver otras cuestiones que no dejan de ser también idiosincrasia Argentina. Por ejemplo el tema que trata *La Odisea de los Giles* es algo que también nos toca muy de cerca, que sabemos de qué se trata, pero creo que la han tratado como una cuestión muy inteligente. Hay mucha diferencia entre lo que hacen las películas que son de las grandes productoras comerciales, principalmente norteamericanas o extranjeras, a lo que hacen las productoras de cine nacional. Pero sin querer competir con esas productoras, creo que estamos con un muy buen cine, se está haciendo muy buen cine.

C: Y si tuviéramos que dividirlos en dos grandes aspectos o en dos grandes grupos. las películas nacionales del INCAA y las películas comerciales que son más estilo hollywoodense, ¿cuáles sentís que funcionan mejor el cine de Unquillo? ¿cuáles tienen más público o a cuáles sentís que la gente prefiere ir más? O, por ahí, no sé, quizá son momentos...

G: No, yo creo que si bien son contadas o son pocas las pelis argentinas en las que nos ha pasado exactamente lo mismo que en *Coco* o en cualquiera de ese estilo, que se ha quedado gente fuera, o sea, no sé, 10 funciones a sala llena con gente afuera, a eso me refiero. Si bien no son la mayoría, hay muchas películas que no sólo tratan algún tema divertido o animalitos que hace Disney, tratan temas por ahí más comprometidos y llaman a mucha gente.

C: Uno de los objetivos de los Espacios INCAA es socializar el acceso al cine ¿cómo crees que el cine de Unquillo contribuye con ese objetivo?

G: Yo creo que, sobre todo, el precio de las entradas. Eso es fundamental. El precio de las entradas tiene mucho que ver, o sea, no tenemos punto de comparación con las otras salas a nivel del precio de las entradas porque está fijado a propósito en una escala muy accesible, muy a nivel social ¿no? Principalmente creo que es eso. Y después, bueno, mucha gente que va porque siente la nostalgia de ver ido cuando era chico, entonces se mezclan un montón de cosas a nivel llamativo o llamador para que la gente vaya al cine. Sí es el precio de las entradas y, bueno obviamente, intentamos dentro de la grilla que hay tener películas que tengan algún mensaje o algo que se pueda rescatar, una moraleja, un aprendizaje, un mensaje o lo que sea. O sea, yo creo que también apuntamos a eso, que no sean películas banales sino que sean películas que realmente dejen algo, que te hagan pensar o que te enseñen algo o que te muestren algo que por ahí de otra forma no lo has visto. Creo que es muy interesante y, bueno, nosotros intentamos estar predispuestos a dar una sinopsis, a difundir un poco la sinopsis de cada película para que la gente sepa lo que va a haber, que tenga una idea básica por lo menos. Intentamos favorecer ese aspecto para que la gente venga a ver películas que son interesantes de ver.

C: Si vos tuvieras que pensar al cine de Unquillo como un emprendimiento comercial o un emprendimiento cultural o un espacio social de ocio o de esparcimiento, ¿con cuál de estas características o de otras sentís que se identifica un poco más? O si sentís que es una fusión de esas cuestiones.

G: ¿A nivel personal, o sea, a nivel individual?

C: Claro, si vos te ponés a pensar en el cine de Unquillo ¿con cuál de estas cuestiones lo asocias más?

G: Sí, yo creo que es una mezcla de varias cosas pero principalmente es un espacio de esparcimiento, teniendo en cuenta el aspecto social que también implica ¿no? y obviamente teniendo en cuenta el aspecto cultural de todo lo que el cine puede contribuir a un pueblo o a una cultura o a una idiosincrasia

de un pueblo. O sea, son varias cosas combinadas. Quizás una tenga más preponderancia que otra, o se le quiere dar más importancia a una que otra, pero principalmente yo creo que es un lugar de ocio teniendo en cuenta el aspecto social y cultural que conlleva ese espacio. Creo que esos son los tres ejes primordiales o fundamentales.

C: Otro de los objetivos del programa Espacios INCAA dice que la sala de cine contribuya con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural, ¿vos sentís que, en algún punto, el cine de Unquillo contribuye con esto? ¿sí, no? ¿en qué sentido?

G: Yo creo que sí. El hecho de que se haya llegado a un acuerdo o se haya decidido convenir con el INCAA para tener la sala abierta, primordialmente, creo que se ha puesto de manifiesto, antes que nada seguir manteniendo el espacio que es del pueblo, que es un espacio de esparcimiento, que es de difusión cultural. O sea, con todos esos valores ¿no? Pero principalmente creo que es que la sala siga abierta y se hacen un montón de esfuerzos para que la sala funcione y que la gente vaya y que sea el lugar que la gente quiere que sea. Viene por ahí el tema me parece. El tema del convenio con el INCAA era justamente para encontrar una solución para que la sala esté abierta.

C: ¿Creés que el cine de Unquillo contribuye con la formación de los espectadores o no? ¿En qué sentido?

G: Yo creo que sí, porque además del mensaje en sí de la película o de lo que la película te puede llegar a dar, nosotros intentamos darle formalidad. Sin dejar de ser amigables o con buen trato para la gente, de decir “bueno, la sala está abierta de tal día a tal día, en tal y tal horario se pasan películas”. O sea, me parece que es importante también el hecho de anunciar que vamos a pasar una película en tal horario y pasarla en ese horario ¿entendés? Es importante a nivel formación, por decirlo así, o a nivel educación decir “bueno, somos rigurosos o estrictos con el horario que decimos”. Porque hay gente que llega horario, llega bien, llega con tiempo suficiente como para sentarse, estar cómodo, pagar la entrada y también hay otros que llegan 10 minutos más tarde o 20 minutos más tarde, entonces esa cuestión de respeto -si querés- está buena ir trabajándola dentro de lo que nos cabe a nosotros. Decir “che, bueno, estás viendo 20 minutos más tarde”. Sin querer ofender a nadie, pero intentamos rescatar esos valores que creo que son interesantes para todos a nivel educativo. Por ahí, podemos colaborar un poquito en ese aspecto de educación, de respeto para con los otros.

C: ¿Creés que es una desventaja el hecho de que el cine de Unquillo, o las salas de cine, ofrezcan programación en un determinado horario, en un determinado espacio físico en contraposición a estas nuevas posibilidades, por ahí, que tenemos hoy en día con las plataformas online de autoservicio? De decir “veo la peli que quiero, en el momento que quiero, en donde quiera”... ¿Eso lo considerarás como una desventaja?

G: No, no. Absolutamente no. Yo creo que tanto en esto como en otras cosas, no es que la gente esté cambiando una cosa por otra, sino que se amplía el abanico de posibilidades. O sea, creo que siempre va haber gente que quiera ir a un cine como que también hay gente que quiere ver la peli tirada en la cama, a la hora que quiera y no por eso una cosa tiene que desmerecer a la otra ni nada por el estilo. Me parece que es importante que las salas de cine que quieran seguir teniendo las salas abiertas, obviamente, tienen que hacerlo cada vez mejor para que la gente que quiera ir al cine, tenga ganas de ir al cine ¿entendés? Entonces en ese aspecto es interesante, que no tiene porque ser una lucha. Pero lo ideal sería que encontremos, cada vez, prestar un mejor servicio, por decirlo así, o que la gente se sienta más cómoda. Por eso digo, tanto como para otras cosas como para esto, la gente que quiere ir al cine va a ir al cine por más de que tenga la posibilidad de las plataformas. Creo que va a seguir habiendo, entonces tenemos que estar. Creo que hay que estar y hacerlo cada vez mejor, eso creo que es importante.

C: ¿Cuál o cuáles sentís que son las mayores diferencias entre ver una película en la sala de cine de Unquillo o verla en el celular, en la compu, en tu casa o en la calle? Digo en estas plataformas como Netflix y demás

G: Las dos cosas tienen su parte linda y su parte fea, como casi todo. Quizá hasta, por ahí, es romántico ir a una sala de cine, compartir algo. La pantalla te absorbe, no ves otra cosa que no sea la pantalla. Podés estar más o menos cómodo en la butaca o el ambiente puede estar más o menos climatizado, pero creo que ir a ver una película al cine es lindo, te absorbe. Y si es una película en 3D, te metés adentro de la película. Esa es la parte linda del cine y la parte de ver una película en tu casa es que está sentado cómodamente en tu sillón, te tomas un café, te levantas y te preparas un vaso de vino o lo que sea, la parás, vas al baño, la volvés a poner. Qué sé yo...cada cosa tiene su parte buena y su parte mala.

C: Y dentro de esas diferencias ¿qué características de la sala de cine pensás que no se puede imitar en el hogar o en el consumo individual?

G: El hecho de estar frente una pantalla que mide 3X4 o 5X7...no sé, por más que vos veas una película en el celu hay otras cosas que te pueden sacar de concentración. Estando en el cine no hay nada que te saque el foco, digamos, no podés dejar de prestar atención en la pantalla. Creo que principalmente es esa. El cine te absorbe, la pantalla te absorbe. Obviamente, depende mucho de la película que vayas a ver, la temática y todo lo que quieras. Pero, digamos, si vas a ver una película que querés ver, te metés adentro de la película, dentro de la pantalla y chau, nadie te saca de ahí. Es impresionante ver la sala con 200 personas todas en silencio, la verdad es que es increíble, es muy lindo.

C: Y en relación con esto que decís sobre la cantidad de gente, ¿qué importancia sentís que tiene el hecho de que ver una película en una sala si o si requiere de una co-presencia física y un compartir y una proximidad con otros cuerpos de, por ahí, muchas veces desconocidos? ¿qué importancia sentís que tiene ese compartir corporal a diferencia de lo que puede pasar en tu casa con pocas personas, tus familiares o incluso una persona sola?

G: La verdad es que no lo había pensado nunca pero creo que... bueno, somos seres sociables, digamos ¿no? Muchas veces nos gusta estar solos pero ver que hay un montón de gente que, por ahí, está interesada en lo mismo que vos, de ir a ver una peli, te hace sentir que pertenecés a una sociedad y que hay un montón de gente que, por ahí, comparte tus gustos o tus preferencias. Creo que es importante, creo que es interesante saber que hay un montón de gente que, por ahí, no lo has visto nunca y que quizás no lo vayas a volver a ver pero que hay cierta conexión ¿no? Eso es importante, el hecho de saber que tienen el mismo interés por algún tema o por alguna cuestión particular de la película. Creo que es eso es lo que nos llama a ir al cine también.

C: Bueno en ese aspecto del compartir físicamente, ¿qué impacto sentís que va a tener la pandemia? Más allá de que ahora obviamente el cine está cerrado al público y que, si bien no se sabe cuándo va a volver, cuando vuelva lo va a hacer con un protocolo y con menos cantidad de gente ¿sentís que va a haber otro impacto más? No sé... miedos de compartir el espacio o quizás incluso más ganas que antes de compartir el espacio...

G: Y... lo primero que se me ocurre decir es que ojalá aprendamos algo, de decir que somos todos más o menos parecidos. Eso, por ahí, estaría bueno en lo que pueda colaborar el cine o lo que implica el cine en todo este tema. Yo creo que hay muchas cosas que no van a cambiar mucho, o sea, vamos a querer seguir yendo a lugares a compartir cosas, a cruzarnos con gente totalmente desconocida, eso creo que no va a cambiar para nada. Por ahí le podemos encontrar el gusto de hacer otras cosas que antes no hacíamos o que no sabíamos, pero bueno, por experiencia propia o por ver a otras personas, estando solo en tu casa frente a una computadora te hace mal. Entonces el hecho de poder salir a compartir un espacio, a divagar un poco o encontrar un lugar en el que puedas buscar otros intereses u otras cuestiones... no digo apartarte de tu realidad, porque eso no es bueno, no es conveniente, pero sí encontrar una distracción que aparte te contribuya. Entonces creo que es importante y creo que sí vamos a seguir con la necesidad de salir a espacios públicos a ese contacto entre personas que hay en esos lugares, creo que se va a mantener.

C: O sea, en relación al público -haciendo hipótesis a futuro- ¿vos pensás que no va a cambiar mucho la cantidad de gente que venía yendo al cine cuando se vuelva a habilitar?

G: No sé, creo que no, creo que no va a variar en nada. Hasta es posible que haya más gente que quiera ir al cine. O sea, por lo menos estaría bueno plantearse como objetivo tanto a nivel individual y los que, de alguna forma, trabajamos, hasta decir "bueno, hagamos que más gente quiera venir al cine". Porque aprovechando un poco la explosión de querer salir de tu casa, aprovechando esa inercia, bueno, démosle más posibilidades a la gente para que venga a ver una peli o venga al cine a distraerse o a mirar algo interesante. Creo que podemos colaborar mucho en ese sentido

C: ¿Cuáles sentís que son las características que lo hacen único o especial al cine de Unquillo?

G: Y, el hecho de ser popular, el hecho de ser de un pueblo tiene mucho que ver. Y un pueblo que es un pueblo de artistas, que intentamos relacionarnos cada vez más entre las ramas culturales y artísticas de la localidad. No sé, pienso que es una herramienta importante colaborar con todo eso. Además es un poco eso. Tradicionalmente el cine de Unquillo era de Unquillo, y sigue siendo. Bueno, mucho tiene que ver también con el precio de las entradas, eso puede llegar a ser determinante. Si en un pueblo chico, donde la sala es más bien popular, empezás a poner precios de entrada que no tengan sentido, la gente va dejar de venir, así de claro. Entonces creo que ese aspecto social hay que mantenerlo.

C: Y de lo que te comenta la gente ¿qué es lo que la gente más se acuerda del cine Unquillo o de ir a ver pelis al cine de Unquillo? Eso que a la gente más le queda grabado.

G: Bueno, el aspecto estructural que había anteriormente. Tenía balcones que iban hacia los costados, por ahí iban los chicos del colegio y había un famoso gallinero antes arriba. Bueno, con toda la picardía que eso conlleva: estar arriba de otras personas que están más abajo. Creo que es eso, que la gente se acuerda mucho de cómo era cuando venían a ver películas, que venían a ver con sus abuelos o sus tíos, todo ese aspecto familiar también, de compartir con tu abuelo, tus tíos y que te llevan al cine y queda muy grabado eso.

C: Y actualmente si yo o una persona va por primera vez al cine de Unquillo ¿qué te imaginás vos que es lo que más se va a llevar de esa experiencia?

G: Y, un poco el contraste que hay entre lo que son las butacas, el aspecto en sí de la sala que está todavía ambientada en los años 60, por decirlo así, con lo que es a nivel técnico, lo que es la posibilidad de ver una película en 3D, con sonido envolvente y todo eso. Entonces ese contraste que hay llama mucho la atención y aparte, bueno, lo digo con toda la humildad, pero los tratamos bien, los tratamos muy bien a los que van al cine, los tratamos bien.

C: Bueno y para finalizar, volviendo también un poco el tema de la pandemia, ¿qué creés que se va a modificar -si es que sentís que algo se va a modificar-? Y además, ¿cuál sentís vos que es el caballito de batalla que dicen “bueno, esta particularidad que tenemos nosotros nos viene bien, por así decirlo, porque sabemos que es algo por lo que la gente va a querer volver al cine? O sea, cuando reabran el cine ¿cuáles sentís que pueden llegar a ser las modificaciones y en algún punto las estrategias de supervivencia, teniendo en cuenta que muchas prácticas sociales cambiaron o no se sabe cómo se van a ver afectadas a futuro?

G: Sí, yo creo que hay que potenciar el tema del buen trato a las personas, obviamente el tema de darle un buen recibimiento, de cubrir también la parte sanitaria. Sí hay que prestarle atención a esos detalles, hoy por hoy hay que prestarle más atención a esas cosas, que, por ahí, te repito, quizás en un principio -esto es muy a nivel personal- puede que estemos pendientes de eso pero con el tiempo vamos a olvidarnos. No creo que afecte en esto el hecho de que hay que ponerse alcohol o ir con mascarilla. O sea, cuando se pueda ir sin mascarilla al cine, va a volver a ser lo que era antes. Pero sí creo que los que estamos de este lado, tenemos que cuidar quizás algunos detalles, ir aprendiendo un poco de esto. Quizás darle más información a la gente o quizás, ya que contamos con esta herramienta de la virtualidad, decir “bueno, te paso el tráiler, te paso más comentarios, más ideas o vos participá, preguntá”. O sea, incorporar esta parte a un conjunto de cosas, me parece que eso es a lo que te deberíamos apuntar. Pero seguir siendo lo que somos, o sea, un cine de pueblo, un cine muy popular, un cine que cubre o que tiene en cuenta el aspecto social y un poco ir aprendiendo y que eso también te ayuda a ir creciendo. Igual se trata siempre también de sumar, de que más gente venga a nuestro cine, entonces es importante tomar ese aprendizaje y ver qué beneficios se puede sacar.

C: Bueno, ya creo que te pregunté todo lo que necesitaba saber.

G: Bueno, espero que te sirva.

C: Sí, un montón. Muchas gracias de nuevo. Yo le decía a Ronald que obviamente cuando tenga la tesis terminada, les voy a acercar una copia. Ojalá sea pronto para que a ustedes también les quede y les sirva.

G: ¿Vos fuiste a la sala? ¿la conocés por dentro?

C: Sí, yo la conozco. Ahora estoy viviendo en Buenos Aires pero viví un montón de tiempo en Unquillo, soy de Cabana, y he ido varias veces. La última vez que fui fue en el verano a ver *El Robo del Siglo*.

G: Sí, la verdad que es muy buena peli también.

C: Sí, estaba en la sala llena.

G: Y sí. Bueno, espero que te sirvan las respuestas.

C: Sí, un montón. Gracias, chau, que andes bien.

G: Chau, chau, hasta luego, gracias.

#### **4. Entrevista Néstor Barreau: empleado del CTMU**

**18/11/2020 - 11.30 hs. Entrevista virtual vía videollamada de Whatsapp**

C: Hola, bueno finalmente nos vemos cara a cara

N: ¡Brillante! Qué difícil había sido

C: Hola Néstor ¿cómo andás?

N: Hola Clara

C: Bueno, primero y principal contarte un poco lo que ya te adelanté. Yo soy de Unquillo, o sea nací en Buenos Aires pero viví ahí toda mi adolescencia. Ahora me volví a vivir a Buenos Aires y para la tesis de la facultad, que yo estudié comunicación social, habiendo cambiado ya varias veces de tema de tesis, habiendo tenido algunos proyectos que no habían funcionado bien, dije “bueno, vamos trabajar con el cine de Unquillo que es de mi pueblo y que es algo que me parece que es re lindo y super interesante”. Entonces pensando un poco cómo encarar la investigación, dije “bueno, me gustaría trabajar el cine pensando qué rol cumple en la comunidad de Unquillo, frente a todo este nuevo panorama digital, si se quiere, de plataformas, de Netflix, de nuevas formas de ver películas en el celular, en la computadora. Quizás pensándolo no como una competencia, sino más bien como ¿cómo sobrevive un cine de estas características y demás? A todo esto, este año vino la pandemia, el cine estuvo cerrado al público y empezaron aparecer estos factores de incertidumbre ¿no? que no se sabe cuándo va a volver abrir y qué va a pasar y demás. Así que bueno, las preguntas vienen más o menos por ese lado. Son las mismas preguntas que le hice a Ronald y a Guillermo y son simplemente una guía para poder tener las visiones de todos los trabajadores del cine, pero bueno, si surgen otras cosas en la conversación me irás contando.

N: Largamos

C: Bueno primero preguntarte ¿cuántas personas trabajan en el cine y cuáles son sus tareas?

N: En realidad somos tres. El tema es así, yo vengo a ser un sobreviviente porque yo estaba en la otra gestión. Yo estoy en el cine desde hace más o menos 7 años aproximadamente y esta gestión tiene menos de 5 años, esta gestión digo de la Muni. Entonces se cambió el equipo del cine, yo quedé no importa los por qué y además fue todo muy conflictivo, muy complicado pero no viene al caso. Ronald y Guillermo viajaron a Buenos Aires para hacer un curso para manejar el equipo, básicamente, y para aprender todo lo que está relacionado entre el INCAA y un Espacio INCAA como somos nosotros. Volvieron con toda la capacitación hecha y encima tuvieron la mala suerte de hacerlo con una máquina que no era la misma. Si bien era un NEC, creo que era un NEC 900, pero otro modelo. Así que cuando vinieron, se encontraron con un montón de problemas porque no era lo mismo lo que habían aprendido con lo que tenían que aplicar ahí. Ronald es el encargado del cine, o sea es el que lleva la cabeza, Guillermo viene a estar en la parte administrativa y yo quedé en la parte operativa básicamente. Si bien los tres sabemos hacer las tareas de todos, específicamente o puntualmente para no repetirnos en tareas lo que hicimos fue distribuirlas de esa manera. Ese es básicamente el trabajo que cada uno de nosotros hacemos, en general es así.

C: Ok y una jornada laboral, bueno obviamente ahora no porque el cine está cerrado, pero pensando en una jornada laboral típica en el cine ¿como sería?

N: Un día típico en el cine, más allá de los horarios que pueden ir fluctuando de acuerdo a la temporada, si es verano o invierno, básicamente si la serie de películas empiezan a las seis de la tarde, entramos a las cinco, una hora antes. Esa primera tarea más que nada la hago yo, que tiene que ver con el encendido del equipo y todo ese tipo de cosas. Y después tiene que ver con la venta de las entradas básicamente y la proyección de la película. En el medio hay tareas de todo tipo, hasta de limpieza inclusive entre película y película y después, en el medio, lo que vamos haciendo con Guillermo... en realidad la tarea de Guillermo terminó siendo muy importante desde lo administrativo porque él es un tipo muy detallista, es muy minucioso y obsesivo, entonces una vez que se coloca la tiquetera que te permite hacerlo todo de forma digital, que la máquina te da toda la información, él igual lo hace con la lapicera y el papel, que está buenísimo porque es una manera de controlarnos y de controlarse también. Bueno lo que hacemos con Guillermo es ir haciendo distintos cortes. A veces se dan hasta tres películas entonces hacemos distintos cortes como si terminara el día. Es una manera de controlar administrativamente que todo esté funcionando de forma normal, digamos, que todo esté bien. Entonces cuando llegue al final del día, todo es mucho más simple porque llegamos a la última película prácticamente con todo listo y

lo único que hay que hacer es agregar los datos de la última película, entonces es una manera también de ir incorporando criterios nuevos, algunas opciones diferente para que todo termine resultando más armonioso o más correcto digamos. Todo esto tiene una explicación, no solamente la minuciosidad Guillermo, que tiene que ver que los conflictos en general con la gestión anterior estuvieron relacionados mucho en la fase administrativa. Nunca con mala intención pero sí por descuidos. Entonces la manera de evitarlos creo que fue eso y creo que en realidad está llevado de una manera más o menos coordinada y está bueno.

C: Y con relación a esto, en la parte administrativa de llevar los números y demás, ¿también ustedes llevan a cabo estadísticas como para decir “bueno, tal semana o tal mes o tal trimestre o año incluso, vinieron tantas personas al cine”? “se proyecta que para tal año vengan tantas...” ¿Eso lo lleva el INCAA o lo llevan ustedes? ¿cómo se hace eso?

N: Eso lo llevamos nosotros. O sea, lo hacemos nosotros pero por motus propio, lo hacemos porque queremos esa información e ir relacionado con proyectar y decir “bueno mirá, este año funcionamos de esta manera”. Lo comparamos con el año anterior y vemos que tanto se evolucionó o involucionó al respecto y a partir de ahí, bueno, qué se espera para el año que viene, cuáles fueron los meses donde funcionamos mejor más allá de las vacaciones. Por ejemplo las vacaciones de invierno siempre son exitosas, pero bueno, no es para tomarlo eso como un parámetro ni nada que se le parezca ¿no? Eso se sabe que va a ser así, el problema surgiría o el conflicto surgiría si resulta ser que en unas vacaciones de invierno te terminó yendo peor, entonces ahí hay algo que no está bien. Pero pensando en avanzar o mejorar, sí sirve eso para decir “bueno, a ver: qué meses estuvimos mal, qué películas pasamos, qué matices tenían las películas que pasamos”. Bueno ya partir de ahí se puede ir modificando todo, es muy interesante, hasta es divertido.

C: ¿Y tenés más o menos en la cabeza un número estimado de cuántos espectadores fueron en el 2019 por ejemplo?

N: Guillermo lo tiene seguro, te juro que lo tiene. Pero eso no me lo acuerdo, por supuesto que se lo pedí y me lo dio e inclusive hasta no sorprendimos porque había sido muy interesante. Yo no te quiero dar una cifra pero sinceramente era alta, era muy alta comparada con años anteriores, muy alta comparado con años anteriores, entonces estamos muy contentos.

C: ¡Buenísimo! ¿cuál pensás vos que es el o los principales objetivos del cine de Unquillo?

N: El cine de Unquillo... partamos de la base que no es un cine comercial, eso es clave. Que el rol del cine, la función del cine es social, pura y netamente social. O sea, lo que hay que hacer es apuntar exclusivamente a eso más allá que se pasen películas comerciales, porque INCAA te permite pasar películas comerciales también en un determinado porcentaje, pero el rol es social. En la gestión anterior había una actividad que se empezó a desarrollar como idea que surgió del mismo equipo del cine, que era el cine comunitario, que se logró sostener en esta gestión también. El cine comunitario es un cine que es con una entrada totalmente gratuita y hecho ad honorem. Y estaba hecho por chicos estudiantes de cine, algunos ya recibidos, que lo que hacíamos era hacer participar, más allá de proyectar todos los miércoles a las 19 hs o a las 20 hs una película gratuita, siempre cine independiente, lo que hacíamos era tratar de involucrar a la gente en la actividad en sí del cine, en hacer cine. Queríamos que la gente hiciera cine, o sea que el espectador hiciera cine: que fuera actor, que fuera ayudante, que fuera asistente, lo que fuera, no había problema. Y así fue que se hicieron un par de películas y por supuesto las pasamos con todo el orgullo, estuvo buenísimo, estuvo bárbaro. Este año no se hizo, o esa el año pasado mejor dicho, no se hizo eso. Sí se sigue proyectando los miércoles a las 19 hs o a las 20 hs películas gratuitas, inclusive había películas muy buenas e inclusive invitamos a gente: actores, directores, siempre dentro de lo que es el cine independiente. Ese rol tiene que ver con la parte social ¿entendés? O sea, básicamente. Y relacionado con la parte social, por ejemplo, proyectos que se hicieron también en la gestión anterior y que están proyectados para hacerlos ahora en función de los problemas de la pandemia, que es el cine en los barrios. O sea ¿cuál era la idea? Era agarrar una pantalla, agarrar un equipo de sonido y trabajar o interactuar con los centros vecinales de los distintos barrios de Unquillo y, ya que no podían ir al cine, el cine iba a los barrios. Eso se hizo, ya lo habíamos hecho, ya teníamos una experiencia. Cuando a mí me lo me lo propone la directora de Cultura yo le dije que yo podía aportar desde la experiencia, de lo que había pasado cuando lo hice anteriormente, que estuvo bueno, no estuvo mal pero hubo varios defectos, varios inconvenientes como por ejemplo, no se hizo participar a los centros vecinales de la manera que yo creo que tendrían que hacerlo. ¿En qué sentido? Primero la clave era que esto no fuera ni una limosna ni caridad, entonces si lo vamos hacer lo vamos a hacer bien. O sea



yo necesito un técnico en sonido, porque ninguno de los tres es técnico en sonido, para que se escuche bien, o sea yo quiero que la película la pasemos por supuesto gratis, pero que se escuche y que se vea muy bien. O sea, para eso había que comprar una pantalla nueva, había que comprar parlantes nuevos, porque no se escuchaba bien y la intención de hacer participar a los centros vecinales tenía que ver también con la elección de las películas. O sea, yo quiero que las películas las elijan ellos de acuerdo a cómo está conformado el barrio, o sea nadie mejor que ellos lo conocen y nadie mejor que ellos va a saber qué películas quiere ver su gente. Y otro tema que terminaba siendo importante, porque es fácil criticar: vos le llevas la película del barrio y lo más probable es que te critiquen, “ah, esto es una película de porquería, se escucha mal, se ve mal, blablablá”. Entonces bueno, yo me hago cargo de que se vea y se escuche bien pero vamos a ver hasta qué punto me vas a criticar si sos tan responsable como yo, por ejemplo, en elección de las películas. Entonces si no te gustó la película, es porque la elegiste vos. Entonces es una manera interesante de interactuar entre la gente y los que, en este caso, armamos el cine ¿no? Y otro tema que también a mí me parece importante, que se lo dije a la directora de Cultura, era que yo quiero, o nosotros queremos, que interactuemos entre las áreas de la municipalidad. Cuando digo interactuar entre las áreas ¿a qué áreas me refiero? Por ejemplo, prensa. Yo necesito que haya una difusión buena, así como el centro vecinal también va a participar dentro de la difusión para que su gente se entere que va a estar tal día, a tal hora, el cine, bien promocionado con un auto, con un carrito, con lo que fuera, con un parlante avisando todo. El área de desarrollo, el área de desarrollo es clave dentro de la municipalidad. Entonces el área de desarrollo también tiene que funcionar o interactuar con el cine. Todas estas cosas que yo te estoy diciendo fueron, para mí, las que salieron mal en la intención anterior, con toda la mejor intención del mundo, con toda la mejor onda, pero no se trabajó en forma. Ahí lo hicimos nosotros solos, como pudimos. Poníamos los autos nosotros, llevamos las cosas nosotros, estaba mal hecho y eso termina siendo como una especie de caridad o limosna que me parece que no tiene que ser así. Vos tenés que llevar una película a los barrios, gratis, la que ellos elijan y presentarla como si la hubieras llevado al festival de Cannes, obviamente con sus limitaciones, pero desde ese lugar, porque ahí me parece que ahí sí tiene valor, creo que hay que hacerlo de esa manera.

C: Y más allá de estos proyectos específicos que nombrás, pensando quizás un objetivo o un horizonte ¿cuál pensás que podrían ser las metas a largo plazo del cine?

N: Las metas a largo plazo del cine... mirá cuando yo empecé en el cine, yo estudié cine sin terminar la carrera como todas las carreras que empecé salvo fotografía. Ninguna la terminé. Yo soy de Buenos Aires, viví 40 años en Buenos Aires y hace 20 que vivo en Unquillo y ahora en Río Ceballos. Desde que yo llegué la intención mía era para la gente. Está todo muy condicionado por los poderes en definitiva, por el sistema y por la estructura, entonces a partir de ahí está todo muy mal armado y revertir eso es un trabajo muy lento. Lo que yo quería era enseñarle a la gente a ver cine, después vos elegís lo que quieras en definitiva, pero yo quiero enseñarte a ver cine, o sea para que no termines eligiendo entre una película independiente de Campusano y estas otras que son horribles. Algunas de Francella inclusive, que son un espanto. Pero para eso no te puedo cambiar tu forma de entender y ver el cine de golpe, tiene que ser lento. Para eso tiene que laburar el cine independiente. Dentro del cine independiente hay un montón de películas que son malas, pero un montón, pero si el costo que yo pago es tener que proyectarte 100 películas malas para poder sacar de ahí un director re talentoso, que no tenga ningún tipo de publicidad, ningún tipo de difusión, ningún tipo de propaganda, el costo lo pago sin ningún tipo de problema. Y a partir de ahí yo voy a empezar, de alguna forma, a enseñarte a ver cine. Después, insisto, vos vas a terminar eligiendo y capaz que seguís viendo las películas que veías antes, no hay problema, pero yo te di la opción, yo te mostré.

C: ¿Y vos sentís que el cine de Unquillo contribuye con esta formación de espectadores?

N: Un poco yo creo que sí, creo que contribuye. Primero contribuye porque es un espacio INCAA y como tal, si bien estás autorizado a pasar películas comerciales, el porcentaje es mucho menor a todas las películas de cine independiente. O sea, es una manera de ir formando a la gente. Esa es una manera de ir mostrándole, más que formar que suena medio excesivo formar, pero mostrarle a la gente otra opción. Que hay otra manera de ver y hacer cine. O sea, yo lo nombro a Campusano porque me parece un director grandioso, es un tipo brillante y el tipo de labura así, con actores que no son actores, que nunca estudiaron actuación y tiene películas hermosas, muy bien hechas. Vino a Unquillo, inclusive dio una charla. El decía “¿que significa ser un buen actor para ustedes? vamos a discutir. O sea, ¿hasta qué punto un buen actor es aquel que está formado de determinada manera? yo no sé”. Decía “yo dudo, vamos a dudar” y es así.

C: O sea que para vos tiene más que ver con eso ¿no? ¿si te pusieras un horizonte o una razón de por qué el cine de Unquillo hace lo que hace, tiene más que ver con ese lado, con mostrar otras posibilidades de hacer cine?

N: Y... para mí sí. Porque le vamos a enseñar a la gente... enseñar, le vamos a mostrar a la gente esa otra opción de ver ese cine que es brillante. Yo no descarto el cine de los directores famosos pero yo te lo agarro dentro de los directores famosos a un tipo como Favio, que para mí es lejos el mejor director de cine de todo este país. Vos agarrás las películas de Favio, desde la primera, desde *Crónica de un Niño Sólo*, hasta la última y eso es cine y hasta desde el punto de vista comercial, podés mirar la fotografía, iluminación, el sonido y es maravilloso, es talento puro. Para mí es así.

C: ¿Cuáles son para vos las mayores fortalezas y las mayores debilidades, si se quiere, del cine de Unquillo?

N: Mirá, en algún momento... hay cosas que se fueron superando desde un punto de vista técnico. Por ejemplo la incorporación del equipo, de este famoso NEC 900, eso ayudó muchísimo, contar con una pantalla como la que tenemos. Teníamos una pantalla que estaba rota, era todo desastroso. Lo que yo sí haría, por ejemplo, que es una debilidad del cine son las butacas. O sea, las butacas del cine tienen todo aquel valor que tiene que ver con la historia porque hay butacas que son de 1930, qué sé yo. De las que están en la última fila, las tenemos así como exposición pero igual cuando se llena, la gente ahí también se sienta. Yo cambiaría las butacas, yo trataría de darle algún tipo de beneficio a la gente, o de comodidad, un poco mayor de la que tiene. Ese es un déficit que tiene. El otro déficit que tiene el cine de Unquillo, sin duda, es la difusión. O sea no está bien hecha, o sea, yo quiero que el carrito esté... O sea, yo sé que la municipalidad no depende del cine y que hay cosas, a lo mejor, muchísimo más trascendentes y más importantes para tener en cuenta más allá del cine, pero si vos me preguntás ¿qué le falta al cine? Y, le falta difusión. O sea, sin ninguna duda. Le falta que vos lo metas en las revistas, que lo metas en el Facebook, que lo metas en todos lados. Como depende de la municipalidad tenés las herramientas para poder hacerlo, o sea vos la difusión la podés hacer con la gente de prensa, nos ponemos de acuerdo y vemos de qué manera hacemos la difusión de cada una de las semanas. Eso es una debilidad del cine. La fortaleza del cine... o sea, una de las cosas buenas es que funciona como servicio. Partamos de la base del precio de las entradas ¿no? Me parece que este año habíamos empezado con valores de \$50 y \$25, una cosa así, y terminamos con \$100 y \$50, \$80 y \$40, no me acuerdo, en marzo. Y estamos hablando de películas comerciales, estrenos, en donde te cobraban \$600 en cualquier cine Buenos Aires y nosotros cobramos \$80 o \$100. O sea, eso es, sin ninguna duda, una fortaleza del cine porque eso convoca. Ahora, con esas entradas no vas a creer que está siempre llena la sala, al contrario, por lo general está más vacía que llena. Entonces relacionado con eso, ya que hablamos del problema de la pandemia y que se cerró el cine, resulta ser que ahora los bares y los restaurantes están abiertos y el cine está cerrado. Y si yo te muestro el panorama del cine de Unquillo, donde vos tenés un promedio de gente, saquemos las películas que son aquellos tanques que, bueno, se va a llenar siempre, obvio. Pero si hablamos de las películas normales o comunes, donde vos tenés un promedio que no es alto, es bajo. Bueno, ya de por sí solo, ya ahí arrancamos bien relacionado con el protocolo. Podríamos estar abiertos tranquilamente, sin ningún problema. El asunto este empezó en marzo, que se cerró y yo tengo el recuerdo haberle dicho a Ronald en marzo o junio “hacé un protocolo, vamos a armar un protocolo y nos van a decir que no ahora obviamente, pero primero presentémoslo, dejémoslo al intendente. Tenete una copia vos y dale una a él y donde aparezca la primera posibilidad de abrirlo, nosotros ya tenemos presentado el protocolo. Después lo modificamos, lo mejoramos, lo cambiamos, lo que vos quieras, pero que ya esté hecho porque no hay ningún motivo para que el cine de Unquillo esté cerrado, pero sinceramente ningún motivo”. Es más, lo que está haciendo es darle de comer a los poderes hegemónicos relacionados con la comunicación. Porque, a ver, el tema de las plataformas para ver cine, aparece la pandemia y bueno, dentro de ese contexto yo te diría que hasta está bueno, está bueno que podamos seguir viendo cine. Pero nadie hace nada de buena onda y estoy hablando de los poderes, o sea, vos hablas de Flow hablas de Disney, Netflix. Buenísimo con Netflix, bueno los tipos encontraron un negocio bárbaro ¿no? Creo que tienen una tarifa de 600 mangos, que no es ni caro ni barato, no importa. ¿Y quien apareció ahora? Y, Disney lo vió al negocio y Disney no paga impuesto a las ganancias. Entonces ¿qué hace? Se mete en el tema y te ofrecen el mismo servicio o mejor por \$250. Que ellos hagan todo eso no me sorprende porque ellos lo que quieren es acaparar absolutamente todo, no tienen límites, ahora el tema es qué hacemos nosotros, o sea, qué hace el INCAA. Y es una cagada eso, es una macana, porque nosotros sabemos cómo van a funcionar pero ¿nosotros cómo funcionamos?

¿desde dónde la peleamos como para no dejarlos crecer en forma ilimitada? Porque te terminan cerrando los cines, o sea, la gente termina no yendo al cine y no vas a comparar, por más grande que sea tu pantalla en tu casa, el hecho de ir al cine, de compartir, de estar, de conocer, de encontrarte, con estar sentado en tu casa con tu familia mirando una película. O sea, no tiene ni punto de comparación. Pero ellos se terminan haciendo dueños de absolutamente todo, entonces yo digo ¿el INCAA qué hace? Al INCAA le resultó comodísimo CINE AR, muy cómodo. Y está bárbaro, entonces no hago nada, paso películas, divino, maravilloso. No, no es así. ¿Y los Espacios, o sea, nosotros? Creo que hay entre 60 y 80 Espacios INCAA en el país, ¿qué hacemos nosotros? Vamos a pelear. O sea, presentemos todos los protocolos, hablemos con el INCAA, digámosle “sí, está todo bien con CINE AR, está buenísimo, pero nosotros queremos abrir las salas, o sea, la gente tiene que ir al cine porque se termina desapareciendo, terminan desapareciendo los cines”. O sea, son muy bravos los poderes hegemónicos relacionados con la comunicación, podríamos hablar de papel prensa pero bueno, creo que pasa por ahí la cosa.

C: Bien, bueno, ahí mencionaste varias cosas que seguramente después vayamos retomando para profundizar un poco más, pero ahora te pregunto ¿cuáles son -a raíz de esto que mencionabas recién con esta cuestión de prensa de la Muni y la carencia de difusión- digo, cuáles son las estrategias publicitarias o de comunicación que tiene el cine? ¿quién las maneja? ¿quién las diseña? ¿cómo es el vínculo con este departamento de prensa y demás?

N: Bueno, eso eso creo que es un déficit, o sea, siento que ahí estamos mal, o sea las estrategias no se han fortalecido pero también tengo que entender, o sea hay que ponerse en el lugar de todos. Prensa, relacionado con la municipalidad tiene mucho trabajo, o sea es muy complicado y yo no puedo pretender que le dediquen todo el tiempo que yo quiero que le dediquen al cine. Yo tengo que entenderlo. ¿De qué manera lo hacíamos nosotros en la gestión anterior cuando no teníamos ninguna relación con prensa? O sea, no por mala onda sino porque no existía, a nadie se le había ocurrido. ¿Qué hacíamos? Nosotros hacíamos folletos, los famosos cartelito en el 2X1 y los repartimos nosotros mismos en la semana, de lunes a miércoles o a partir del miércoles. Íbamos por los negocios repartiendo los papelitos de 2X1 y esa era nuestra manera de hacer la difusión, por eso me parece que esa es una carencia que tiene el cine, un déficit total, o sea, que está mal hecho. Sinceramente creo que está mal hecho y habría manera de mejorarlo ¿no? Insisto, teniendo la municipalidad de tu lado, la municipalidad tiene un montón de maneras de llegar a la gente. Yo te había mencionado lo de los carritos, te mencioné lo del Facebook y tienen otras cosas también que pueden hacer sin ningún tipo de problema y eso habría que aprovecharlo mucho más, habría que ponerle más esfuerzo a eso. Después vas o no vas al cine, después si no te gusta la película no vas a ir, pero yo quiero que te enteres qué película estoy pasando el jueves, cuál es el estreno. El estreno te lo quiero plantear 15 días antes y decirte “mirá que para tal fecha vamos a estrenar esa película que vos tanto estás esperando” y bueno, que se entere todo el mundo. Y para eso ¿con quien tenés que laburar también? Con los centros vecinales ¿de qué manera? Vos vas y le das un beneficio “mirá yo te doy 100 entradas. Vos repartilas, no me mandes las 100 personas el mismo día, repartirlas en la manera en que las puedas repartir. Les ponemos fecha y listo, ya está, las distribuís dentro de la semana las 100 entradas, 20 por día, no sé”. Y a todos los centros vecinales, con ellos también habría que trabajar. Bueno, todas esas cosas no se hacen, habría que hacerlas.

C: Y frente a esta carencia o el déficit más bien publicitario o de difusión ¿cómo sentís que el cine de Unquillo fideliza a su público? Digo porque vos recién nombrabas que, por ahí, hay un público promedio que suele ir asiduamente a ver no las películas más taquilleras, sino estas películas más independientes ¿cómo se da esa fidelización?

N: Eso se da a través del tiempo, o sea hay un recorrido largo. Bueno conocés el cine, obviamente, a un costado, entrando, pasando la puerta de vidrio a la izquierda ¿viste que tenés un poco la historia del cine de Unquillo con fotos, por donde se entraba? Que no tiene nada que ver con lo que es ahora, es muy lindo verlo a eso y tenés todo un escrito. Yo si fuera vos lo presentaría en la tesis.

C: Sí, jajajaja.

N: Digo, en el 2008, si no me equivoco, se reabrió el cine. Estuvo cerrado y se abrió en el 2008, desde ese entonces, con algunas gestiones bastante malas de la gente que trabajaba en el cine, porque no es fácil laburar en el cine, el cine tiene unos horarios que están a contramano del mundo, o sea, para el que labura en el cine. O sea, todo el mundo está re contento, “sí, sí, voy a trabajar en el cine” y duraban... yo te puedo asegurar que hay una historia de empleados del cine que no duraron más de un mes o un mes y medio y se iban. Claro porque era gente medianamente joven y viernes, sábado o domingo, vos querés salir a la noche y vos estás clavado ahí en el cine hasta las 12 de la noche o una de la mañana y ¿qué

hacés? Bueno todo eso cambió cuando se puso como empleado a gente de cine, que eran dos chicos de la gestión anterior que eran Diego y Pablo, que laburaban conmigo. Pero ellos eran de cine, eran estudiantes de cine, o sea, ellos sabían cómo venía la mano. Bueno, a partir de ahí toda esa gente que quería ir al cine, que es cinéfila, que les apasiona el cine y le gusta y ya saben de cine, esos tipos encontraron su lugar en el mundo, o sea, está buenísimo y no te va a abandonar nunca. Vos los ves, o sea, yo me los cruzo por la calle y es como si nos conociéramos de toda la vida porque nos vemos siempre, nos vemos todas las semanas, es así de simple. Entonces lo que vos decís de la relación del espectador, o ese tipo de espectador, con el cine se hizo a través del tiempo. Y a través del tiempo y una gestión relacionada con la confraternidad y el cumplimiento de los horarios: si yo te digo que la película empieza a las cuatro, empieza a las cuatro. O sea, vos viniste a las 3:30 y quedate tranquilo que las cuatro empieza. No que vos llegues a las cuatro y que el cine esté cerrado, porque eso era lo que pasaba. Entonces cuando todo ese tipo de gente empezó a ver que funcionábamos medianamente bien, dijo “bueno, vamos” y no dejaron de venir nunca y es así. La relación se genera a través de todos estos hechos que te mencioné.

C: Y bueno un poco recién lo mencionabas ¿no? pero ¿cuál es el vínculo que tiene el cine con la municipalidad de Unquillo más allá de lo administrativo, si se quiere,?

N: Y, el vínculo es medio relativo pero, yo insisto, me tengo que poner en el lugar del otro para hablar u opinar. O sea, yo no estoy hablando del INCAA, si vos me decís ¿cuál es el vínculo del cine con el INCAA? ahí sí, yo si quiero los puedo matar y decir “ustedes están errando porque nosotros somos lo mismo” pero con la municipalidad no. La municipalidad tiene que gestionar todo el trabajo de lo que tiene que suceder en un pueblo y es otra historia, entonces yo ¿cuánto le puedo pedir? Y bueno, para eso me ponen a mí, a Ronald y a todos los que estamos relacionados con el cine, para que lo hagamos nosotros. O sea, “dedícate vos a eso, resolvelos vos a los problemas, de últimas vení a consultarme algo o a pedirme algo”. Entonces por eso también es relativa la queja, porque tengo que entender que el cine no es fundamental para la municipalidad y está bien que sea así. O sea, si yo me pongo en el lugar de ellos, para mí tampoco sería totalmente fundamental el cine si yo estuviera en el lugar del intendente ¿no? O sea, es algo más y está bueno, pero para eso los pongo a ustedes, para que lo manejan. Después vengan y tráiganme los problemas y las soluciones, o los pedidos, o lo que fuere y yo veo si se los puedo resolver. Pero la relación es buena, termina siendo buena porque este hombre agarró el cine con unos problemas administrativos muy complicados, con deudas feas. Se debía mucha plata por errores administrativos, lejos estaba de mala intención, de deshonestidad, nada que ver, y lo resolvió. O sea, le puso el lomo el tipo y lo resolvió, o sea, yo se lo agradezco. En definitiva le termino agradeciendo, hizo lo que pudo por el cine y si vamos y le pedimos algo, en la medida de sus posibilidades, el tipo te lo da. Entonces la relación es buena, ¿podría ser mejor? Sí, seguro, pero bueno.

C: ¿Y cuál es el vínculo que tiene el cine con otras instituciones locales de Unquillo? Esto que vos mencionabas recién, que por ahí estaría bueno que haya más vínculo con centros vecinales... pero digo ¿cuál es -si es que hay, porque quizás me decís que no tiene- el vínculo con otras instituciones culturales locales como museos, escuelas, centros?

N: Sí, salvo con las escuelas con las cuales el vínculo está bueno, porque nosotros lo que hacemos es a la mañana en horario de clase, por ejemplo, de los chicos o por las tardes temprano los días de la semana: lunes, martes, miércoles que no hay cine, por lo general lo que hacemos es hacer funciones para colegios. Ese vínculo está bien, está bien logrado, está bien hecho. Ahí no tengo ninguna queja al respecto. Con el resto es relativo, a tal punto que hay un centro audiovisual ahí en el polideportivo que nunca logré entender por qué no existe vínculo entre un centro audiovisual y el cine. O sea, es una cosa que es absurda ¿no? Que vos decís “no puede ser”. O sea, tendríamos utilizarnos mutuamente en el buen sentido para potenciarnos, nada más que para potenciarnos. Pero pasan cosas raras, de repente un viernes a las seis de la tarde ellos pasan una película. O sea, ¿cuál es el chiste? ¿qué, me vas a sacar gente a mí? O sea, es una estupidez. Pongámonos de acuerdo, vení, pasa tu película en el cine de última y no pongas un centro audiovisual donde las limitaciones técnicas comparado con el cine son grandes. O sea, si bien son un centro audiovisual donde hacen las animaciones y está buenísimo y a mí me encanta lo que están haciendo, pero la relación con el cine no existe. No porque haya algún problema o algún distanciamiento personal, nada que ver, pero simplemente no existe. Yo eso se lo planteé a Ronald y le dije “che viejo, juntémonos con este tipo”. Aparte yo lo conozco y es un tipo muy piola, no me acuerdo cómo se llama, un tipo muy preparado y socialmente también está lejos de querer mantener distancia, no, no. Es re piola pero no hay relación. Entonces eso también es un problema. Con los museos no existe relación, con los

centros vecinales, ya te había dicho que está mal hecho. Bueno todo eso está mal, eso es lo malo del cine, también tiene un montón de cosas buenas.

C: ¿Y cuál es la vinculación con el entorno urbano cercano al cine? Digo la plaza, la iglesia, los comercios, la cosa más de la arquitectura urbana.

N: O sea, el vínculo tendría que establecerse con los comercios pero de una manera un cachito más profesional, o sea lo que hacemos es medio como improvisado. Vamos y le llevamos un papelito o un volante, yo los reparto inclusive, reparto la programación en los negocios pero me parece medio limitado. Sinceramente no lo veo como algo que sea muy tentador. ¿Ves? Por eso digo que ¿con quién tenés que laburar? Yo no sé nada de difusión ni de prensa, hago lo que se me puede ocurrir a mí o a Ronald o a Guillermo, pero para eso hay un departamento de prensa. Bueno pongámonos de acuerdo y digamos “¿de qué manera hacemos lo de los negocios? ¿De qué manera creen que se puede hacer? Esto es lo que hacemos nosotros hasta ahora, ¿ustedes tienen alguna manera que me puedan aportar algo o mejorar un cachito? Ni siquiera les voy a pedir que lo hagan ustedes, pero decime qué hago”. O sea, yo trataría de vincularme con los negocios, con los comercios a través de primero ir a preguntarle a prensa. A los que saben, les pregunto cómo se hace me parece.

C: ¿Cuáles creés que son los aspectos arquitectónicos o estéticos del cine que más le otorgan identidad?

N: En realidad lo que le otorga identidad es la antigüedad, o sea, es un cine muy lindo. Eso tiene sus pro y sus contras. ¿La contra cuál es? Y bueno, medio que es un edificio que se cae a pedazos, así de simple ¿no? Eso es bravo, mantenerlo de una forma medianamente buena, es complicado. Pero la identidad del cine tiene que ver con eso, por eso yo hacía referencia a las fotos que hay ahí al costadito donde está escrita la historia del cine, porque está bueno. Inclusive con eso, hasta se podría hacer un laburo diferente ¿no? O sea, pero siempre con gente que sepa del tema. O sea, “pueblo de artistas” dice Unquillo ¿no? Bueno, dale, bárbaro. Entonces yo agarro a la cantidad de artistas que hay, les muestro las fotos y les digo “bueno, haceme un mural de esto, de un material que no se deteriore por el clima”. Y ¿viste toda la pared que hay larga a la entrada? Está bien está dibujado lo de este hombre Cristiani, pero yo utilizaría ,aunque sea, una parte esa pared como para hacer algo relacionado con la historia del cine. O sea, lo mejoraría desde ese lugar, pero todo lo tenés que hacer con la gente que sabe hacerlo y para eso hay que convocar. Entonces vas a tener que decir “¿Es un pueblo de artistas? Bueno dale, vamos a darle alguna voz arquitectónica al cine utilizando a los artistas del pueblo”. Y bueno, yo tengo los elementos, hay libros donde tiene la historia del cine..que vos vieras lo que es. O sea, cuando el cine tenía balcones, la sala tenía balcones y hasta el cine se utilizaba para hacer bailes, se sacaban las butacas, bueno todo eso tiene que ver con la historia del cine y todo eso no se utiliza y se podría utilizar. Hay que tener muchas ganas ¿no? Pero bueno, si vos me preguntás, o sea, la belleza arquitectónica del cine está relacionada con la antigüedad que tiene y tenés material como para que, a partir del material, vos puedas elaborar cosas nuevas relacionadas con toda esa belleza que tiene que ver con historia, se puede hacer.

C: Y volviendo a esto de la identidad, si vos pensás en Unquillo actualmente -no en contexto pandemia, sino en general- ¿qué lugar crees que ocupa el cine en la identidad de la ciudad?

N: Y, fíjate que, o sea, van pasando los temas pero terminamos volviendo, por lo general, a lo mismo. El lugar que ocupa el cine es el lugar que le da el cine por sí mismo y la gente que termina siendo amante del cine. Todo eso, para mejorarlo lo que tenés que hacer es volver a utilizar lo que hablamos antes, o sea, con la gente que sabe. ¿Cómo hago para acercar mucho más a la gente al cine? No digo para que venga, sino para que hable del cine, para que lo reconozcan como parte de su vida, vayan o no vayan. Pero para todo eso vos a la gente le tenés que contar la historia, porque si no, no hay manera. O sea, si vos no hacés la difusión que tenés que hacer respecto al cine, y bueno, el cine va a quedar ahí y se recordará cuando venga alguna de esas películas que llenan la sala. “Ah, mirá, la están dando en Unquillo”, y vos fijate lo que pasa con esa falta de difusión: se sorprenden cuando vos le traes una película de Disney. “¿Que, ustedes van a dar tal película?”, como diciendo “ustedes no existen”. Vos dentro de Espacios INCAA tenés salas que se denominan Salas Estreno, bueno la de Unquillo es una sala estreno y hay todo un laburo para que una sala estreno de el estreno de una película por ejemplo de Disney cobrando \$80 la entrada. Porque Disney no te la quiere dar, o sea, cuando vos lo llamás y le decís “che, ¿me mandás la película? ¿Y cuánto estás cobrando la entrada? Y, \$80” te dicen que no y hay que convencerlos para que te la manden, entonces por eso digo que se termina sorprendiendo a la misma gente del pueblo todavía. Es como que pareciera que no saben que nosotros estrenamos películas de cualquier distribuidora, de FOX, de la que vos se te dé la gana. Pero terminás estrenando y la gente se sigue sorprendiendo, no tendría que sorprenderse. Es más, ellos tendrían que hacer publicidad. La misma

gente del pueblo debería hacerle publicidad al cine, cuando se encuentra con gente de Río Ceballos de Villa Allende, de Córdoba, decirle “mirá que en Unquillo la misma película te la cobran \$80 y te la dan en la misma fecha en que la ves vos y venís y la pagás \$600”. Pero ¿por qué no lo saben? Por lo que hablamos antes, o sea, yo tengo que informarle a la gente, tengo que a noticiarla, si no es difícil.

C: Y entonces volviendo un poco, pero quizás englobando otros aspectos ¿cómo creés que contribuye el cine de Unquillo en el desarrollo cultural local?

N: Una cosa es como creo que influye y otra es como creo que le debiera influir en el desarrollo cultural. No creo que lo haga de una manera demasiado importante actualmente. Se buscan ideas, porque la sala es un cine teatro entonces, bueno, lo que hacíamos era traer gente más allá de los autóctonos como el Rally Barrionuevo que vos le decís que venga y, bueno, va y llenás cuatro días seguidos, está todo bien. Pero aparte de eso, hemos traído gente, grupos de chicas que bailaban, grupos musicales, bueno desde ese lugar, desde esa intención está bien, está bastante bien. Lo hacíamos creo que cada 15 días, una cosa así, o una vez por mes. Tenemos siempre un espectáculo para hacerlo funcionar como cine teatro y funcionaba bien, estaba bien, era interesante. A veces traíamos eventos que tendrían que haber no alcanzado las butacas y sin embargo, tenías media sala llena y volvemos siempre lo mismo ¿no? ¿cómo puede ser? O sea, yo te traigo a este chico que hace espectáculos relacionados con la historia, Mariano Saravia, que vino todo un año seguido y venían 30 personas, 40 personas y yo te puedo asegurar que no sólo venía y hablaba y contaba, que ya de por sí lo hace muy bien, sino que venía acompañado por músicos, venía acompañado por gente que bailaba y baratísimo siempre, muy barato y había 30 personas, 40 personas. Entonces, qué sé yo, me parece que no está bueno eso, no está bueno. Pero bueno, yo creo que debiera tener otro tipo de influencia desde lo sociocultural porque es un espacio que no lo tiene cualquiera. Porque vos agarrás la región... acá en Río Ceballos hay un cine que por supuesto no funciona, creo que ahora la usan los evangelistas a la sala, no me acuerdo, pero no funciona. Villa Allende no tiene. O sea, en las sierras chicas no hay, y bueno entonces tenés el único espacio que funciona como un cine, como un espacio INCAA, que funciona de la manera que funciona y con los precios que funciona, con películas comerciales y no llenás...o sea, te tenés que preguntar por qué no llenás y tiene que haber alguna respuesta.

C: ¿Cómo crees que contribuye, si es que contribuye, el cine en la inclusión social y la apropiación del espacio público por parte de la gente?

N: El cine aporta desde su lugar lo que corresponde, pero el cine sólo, por sí solo, no va a terminar generando nada. Por sí solo no va a generar nada. O sea, vos necesitás algo básico que es estructura, una estructura para poder trascender de la manera que debería trascender. Pero no se logra porque no hay estructura. Hay un señor del INCAA que se llama Manfredo, que es el coordinador de lo técnico, y cuando él vino a instalar los equipos nosotros le preguntamos cuánta gente debería trabajar en el cine y él nos dijo entre 6 y 8 personas. Y a nosotros nos pareció una barbaridad, totalmente desubicado. Pero sabés que si vos pensás todas las preguntas que vos haces y todas las que yo te termino respondiendo lo mismo, yo te termino diciendo a todo: “la verdad que no”. Me preguntas cuál es el alcance sociocultural y yo te digo “y... es relativo”. Cuál es la relación con otros espacios “y... relativo”. Todo es relativo entonces yo me quedo pensando en aquello que él decía, y me pongo a pensar en la estructura. Y la estructura vos lo lográs con la gente, y ocupando espacios. Entonces si yo tengo, en vez de tres tipos, cinco o seis, voy a distribuir las tareas. Por supuesto que 6 tipos me sobran para pasar una película, pero yo no voy a hacer venir a las 6 tipos en los horarios de función del cine, o sea, van a estar trabajando en otras cosas que justamente tienen que ver con todo eso otro que vos me preguntabas. O sea, ¿cómo hago para llegar, para relacionarme con prensa, para relacionarme con los comercios, con los otros espacios, con los museos? Y bueno, para eso está la gente, o sea, para eso necesito la estructura. O sea que al final Manfredo tenía razón... y yo que pensaba que era un salame porque me estaba diciendo que necesitaba ocho personas, y tenía razón.

C: ¿Cómo es la relación con el INCAA?

N: La relación con el INCAA es buena. O sea, a ver, yo tenía mucha expectativa con esta nueva administración, mucha expectativa, pero la verdad que me han decepcionado sinceramente. Es probable que yo no te diga las cosas políticamente correctas pero es lo que me pasa, igual lo saben todos porque yo se los he dicho. Yo creo que el director del INCAA... yo tenía toda la esperanza puesta, viniendo de los cuatro años de los que veníamos que fueron nefastos y espantosos, y yo dije “bueno, ahora con este vamos a hacer todo” y resultó ser un tipo que terminó conformándose con el CINE AR, estando re

contento con el CINE AR y no puede ser. Es como que me está diciendo, y de alguna manera me está demostrando, que está re contento con que se cierren la salas. Entonces no tiene que distribuir películas, no se tiene que ocupar de la parte administrativa de los espacios INCAA que involucran una actividad administrativa muy grossa y calculo que desde INCAA debe ser bravo llevarlos a todos porque son muchas salas. Bueno, y él se liberó de todo eso y parece estar muy contento porque pasamos las películas por la tele o por CINE AR. Es una cosa que yo no logro entender. Entonces a mí me decepcionó. Yo tenía puestas todas las expectativas con él, pensaba que ahora sí íbamos a funcionar como corresponde, y la verdad que... nada. Igual, tampoco tuvo mucho tiempo, o sea, no me gustó la actitud de la pandemia en adelante pero bueno, cuando retomemos vamos a ver qué pasa, cómo viene. Y dentro de toda la administración nueva hay gente muy valiosa, yo los nombres me los suelo olvidar pero hay una chica que es brillante también... Ana, Ana sabe todo. Y son gente progresista, o sea, son personas que piensan en la gente, que terminan pensando en el servicio como tal y se preguntan "bueno a todas las salas que tengo ¿cómo las hago funcionar?". Tiene que haber, inclusive, hasta un manejo intersala. Pero vos lo tenés que promover desde el INCAA. O sea, si surge desde la sala misma bueno, mejor, pero si no surge naturalmente, vos lo tenés que generar porque vos sos el que manejas todo el proyecto, vos sos el que maneja la dirección y el que termina decidiendo todo, entonces vos tenés que hacer que se formen comisiones, por ejemplo. Como director del INCAA yo pediría que se formen comisiones relacionadas con los temas que se les ocurran y que nos juntemos donde sea, viajaría yo o los demás y nos juntamos en algún lugar del país, donde sea y tratamos un tema y lo resolvemos y lo gestionamos y vemos qué podemos hacer. Yo haría eso, o sea, a mí me parece que tendría que manejarse de esa manera. Vamos a ver qué pasa cuando retomemos, capaz que todo eso que yo te estoy diciendo ahora, después lo hacen y bueno, yo me arrepiento de todo lo que te estoy diciendo.

C: Ojalá, ojalá. Bueno un poco esto antes lo mencionabas en relación al precio de las entradas y la accesibilidad en ese sentido, pero uno de los objetivos del programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine. ¿Cómo creés que el cine de Unquillo contribuye con ese objetivo? ¿es simplemente por el precio de las entradas o por algún otro factor también?

N: No, yo creo que ahí funciona, ahí funciona bien. Vos siempre tené en cuenta que somos 3 y nada más que 3, entonces cuando yo te hablaba de los colegios por ejemplo, es una manera de socializar el cine. Cuando yo te hablaba de no enseñarle pero mostrarle a la gente otra manera de hacer cine y de ver cine, eso es una manera de sociabilizarlo. Cuando yo te digo que igual yo te traigo aquí esas películas convocantes que son muy malas y te las traigo igual, te lo tengo que ofrecer porque vos me lo estás pidiendo y te ofrezco la otra variante también y después vos decidís. Entonces, el precio de las entradas por supuesto que sí, inclusive yo lo que trataría, sería gestionar muchas más funciones de cine gratuito, de cine en los barrios. Más allá de la pandemia, que surge ahora otra vez la idea del cine en los barrios, pero yo lo haría independientemente. Entonces yo lo haría desde todos esos lugares. Hablamos del centro audiovisual, el polo de la casona... yo me relacionaría con ellos para que enseñemos cine, si hay un montón de gente que sabe cine acá en Unquillo. Vamos a enseñar cine, no te digo que voy a dar clase yo pero hay tipos que están mucho más preparados y pueden enseñar cine tranquilamente. Y el cine comunitario, que también está relacionado con el servicio del cine, yo lo relacionaría con ese centro audiovisual. Ahí es donde tiene que funcionar. Entonces filmemos, enseñémosle a la gente a firmar. Aparte se ha transformado muchísimo el cine. Hoy, por ahí, hay directores que te hacen películas con un celular, es así. Yo recuerdo que cuando yo estudiaba cine, nos juntábamos entre tres, uno que tenía plata, uno que sabía de cine y yo que me lograba meter ahí. Y éramos tres para poder armar algo. Hoy por hoy cualquier tipo que tenga más o menos talento te puede firmar una película, pero enseñémosles a la gente cómo se filma, desde dónde se ve la iluminación, desde dónde se ve el sonido y todo eso tiene que ver con la formación, con la comunidad. Es un servicio para la comunidad. Entonces hagámoslo con el centro audiovisual en ese lugar, tenés el espacio, tenés todo para hacerlo. Creo que habría que hacerlo así.

C: Bueno esto creo que fue lo primero que me dijiste, sobre cómo piensan ustedes o cómo pensás vos al cine de Unquillo y me dijiste que no es comercial y que tiene más que ver con la social. Entonces, si lo tuvieras que pensar como un emprendimiento cultural o como un espacio social de esparcimiento o como un espacio social de servicio ¿cuál sentís que es el aspecto al que más responde el cine de Unquillo?

N: A ver, al que más responde es un espacio de entretenimiento. Que yo creo que también habría que trabajar en relación a eso para que no sólo sea un espacio de entretenimiento, no sé, yo formaría cursos

relacionados siempre con el cine o con el arte mejor dicho, porque vos tenés el lugar “pueblo de artistas”. Insisto, un lugar que es un cine teatro y tiene un escenario, bueno, usémoslo para bailar, armemos cursos de baile. Yo sé que se hace en la Casa de la Cultura pero el espacio de la Casa de la Cultura es chiquito, o sea, tiene una salita que yo he visto y yo digo “¿por qué no van al cine si en el cine tenés todo el escenario donde vos, de alguna manera, ya te vas preparando y no lo haces entre cuatro paredes?”. Entonces yo trataría de armar cursos relacionados con el arte, de lo que fuera. Se me pueden ocurrir cosas a mí y seguramente hay cosas que no se me ocurren, pero yo estoy seguro de que si me siento a charlar en la Casa de la Cultura y digo “a ver ¿qué cursos creen que podríamos hacer, más allá de los que ya se hacen, relacionado al cine, con la música, o lo que sea, pero usando el cine?”. El espacio del cine no se utiliza o se utiliza muy poco y me parece que se está desperdiciando. Sinceramente, yo creo que viene por ahí.

C: Otro de los objetivos del programa Espacios INCAA tiene que ver con formar o contribuir con la identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural. ¿Sentís que el cine de Unquillo contribuye con ese objetivo o no? ¿en qué sentido?

N: Ahí sí. Ahí creo que sí en todos los sentidos que se te pueden ocurrir, desde diversidad o como espacio cultural, pero desde todos los lugares participa y participa bien dentro de lo que puede abarcar. Todo esto está relacionado con aquello que hablamos de la estructura, o sea, si yo en vez de tres personas tengo seis, se puede abrir mucho más el abanico, muchísimo más. Y más allá de lo que se hace, que creo que está bien hecho, se podría ser mucho más. Pero para eso necesitamos, como decíamos antes, estructura. Pero sí. La participación del cine, en ese sentido, creo que es buena. Ahí si funciona bien.

C: En relación con esto que mencionabas antes de las películas comerciales que se pasan además de las que manda el INCAA, que Ronald me contaba que generalmente están apuntadas a un público infantil, ¿según vos cuáles son las que tienen mayor convocatoria?

N: Y, básicamente todo lo que tenga que ver con Disney. Ahí yo tengo algún tipo de diferencia con Ronald porque él, cuando habla de películas comerciales, le apunta exclusivamente a las películas infantiles. Yo lo respeto, por supuesto, porque aparte es el coordinador, el encargado y está bien. Pero no veo porqué limitarse solo al cine infantil. Yo tengo el recuerdo de la película *El Guasón* que se la pedí dos meses antes y nunca me la traía y le digo “dale Ronald, aunque sea hacéme lo de gauchada”. Tuve mala suerte porque, encima, al final la trajo y no se llenó, pero bueno me la trajo dos meses después cuando ya había pasado *El Guasón* y bueno, después me lo echaba en cara y me decía “viste que no vino nadie” y yo le digo “no me digas eso”. Pero si bien el cine de Unquillo, no por una decisión mía, le apunta casi exclusivamente a los chicos, yo lo abriría. Total, no cuesta nada, es lo mismo. O sea, es pedir una película. No es ni más trabajo ni nada. O sea, yo llamo a Disney o a Fox o a quien fuera y en vez de llamarlos sólo a ellos también llamo a otros que me entreguen películas para gente grande. Para mayores o para adolescentes, no importa. No veo por qué no se pueda abarcar a toda la gente.

C: Ronald mencionaba, y también sé que es uno de los objetivos del de los Espacios INCAA, esto de generar encuentros entre los realizadores de las películas y el público. Obviamente en pandemia no, pero me gustaría saber cuán frecuentes eran esos encuentros, quiénes los proponían, quiénes los organizaban y cuán importantes sentís vos que resultaban.

N: Fijate como siempre terminamos volviendo a lo mismo. Los encuentros eran muy buenos, eran muy interesantes. Hay un programa de Espacios INCAA que se llama Conversaciones. Nosotros elegimos a Darío Arcella que es un director de cine, es el que hizo la película *Yvonne*, peliculón, y vino a presentar la película, a hacer una charla. Esas charlas posteriores a la función suelen ser muy enriquecedoras, son muy valiosas. ¿Quiénes organizan? Bueno, nosotros básicamente, nosotros tres. ¿Quiénes lo traen? Nosotros tres. Y volvemos a lo mismo porque si yo te aviso a vos que va a venir el director de *Yvonne*, vos te enteraste, vos estás en el tema y decís “bueno, voy”. Volvemos a la difusión, o sea, la gente se tiene que enterar que viene el director de la película o que vienen los actores principales de la película. Si no se entera no viene. Entonces volvemos siempre lo mismo, siempre la estructura. Entonces si vos pudieras funcionar de una forma mejor armada desde lo estructural, seguramente tendrías mayor convocatoria. Creo que es así. Pero esa parte relacionada con la presencia de directores, actores y demás, yo creo que es muy enriquecedora, es buenísima. Le falta difusión, nada más.

C: Y ahora pasando un poco a esta parte que tiene más que ver con la cultura digital, las plataformas y las nuevas maneras del consumo audiovisual y cinematográfico, preguntarte si vos consideras que es una desventaja el hecho de que una sala de cine ofrezca una película en determinado espacio y



determinado momento del día, frente a la posibilidad que tienen los usuarios de autoservicio: de consumir cine en el momento que quieran y a la hora que quieran, con quien quieran, en las plataformas. N: Si la pregunta es si es una desventaja, obviamente es una desventaja para el cine. Es lo que yo digo siempre, esto lo hablamos con Ronald y le decía “mirá, a mí no me sorprende lo que quieran hacer los poderes hegemónicos, no me sorprende. Yo sé que se van a querer apoderar de absolutamente todo, el tema es qué hago yo del otro lado -que se supone que voy por la vereda de enfrente, caminando por el lado contrario a ellos-”. Yo creo que si uno no reacciona, de alguna manera terminan cerrando la salas y, si bien vos me podés decir “mirá, yo veo una película cuando quiero, a la hora que quiero, en mi casa, cómodo, tranquilo, con un short puesto, tirado en el sillón”, es verdad, pero no es lo mismo. Todos tenemos claro lo que significa ir al cine.

C: ¿Cuál es, para vos, la mayor diferencia entre ir al cine, a una sala, y ver una película solo, en una plataforma?

N: Bueno, en lo técnico ni hablar. O sea, desde lo tecnológico ni hablar. No vas a comparar el tamaño de la pantalla y el sonido, no tiene ni punto de comparación. Pero más allá de eso, que es obvio, el cine tiene que ver con los vínculos. O sea, vos en tu casa ¿con quién vas a ver la película? Llamás a un grupo de amigas ponele, con tu familia, con tus hijos, con tu esposa, o con quien fuere, pero no más que eso. Vos en el cine te terminás encontrando, y más en el cine de pueblo, con todo el mundo y está muy bueno. Por lo general el cine, salvo con aquellas grandes películas, no se llena. O sea, aunque sea sobre la hora, vas a tener tu entrada y vas a tener tu lugar. La gente suele, o solía, venir al cine 40 minutos antes sabiendo que le sobraba lugar, pero venía para encontrarse ¿entendés? Entonces, ¿qué haría yo? Si recordás el cine, la entrada y el pasillo de la galería, donde están teóricamente los negocios, tenés que poner mínimamente un bar, como mínimo un barcito y las mesas si vos querés a lo largo de toda la galería hasta la calle. Claro, si la gente, pobre, viene a comprarse un pochoclo y una Coca, que ni siquiera se la pueden comprar en cine la Coca-Cola, pochoclo en un momento lo hacíamos, y te vienen media hora antes o 40 minutos antes con el lugar garantizado e igual vienen antes. Bueno, imaginate si yo le ofrezco más servicios. Por eso digo, yo sé lo que van hacer ellos, yo sé todo lo que van hacer para quedarse con absolutamente todo, el tema es qué hago yo, o sea, qué hacemos nosotros, qué hace el INCAA para evitar eso. Pero resulta ser que al INCAA le encanta que la gente utilice las plataformas, entonces yo no lo entiendo, no lo entiendo y no me gusta, pero bueno.

C: ¿Y sentís que la sala de cine representa, de alguna manera, una ruptura con lo que pasa afuera, en el mundo exterior?

N: Sí, a ver, convengamos que más allá de la pandemia, no estamos pasando los mejores tiempos desde lo social. O sea, son conflictivas, son complicados y el cine lo que hace, entre otras cosas, es aislarte o permitirte que te aísles y hasta que te olvides, de alguna manera, cuál es tu realidad. Si yo lo relaciono con lo socioeconómico, bueno, yo como representante del cine de Unquillo, le llevo un montón de ventajas a los otros por el precio de las entradas. Porque si el problema, entre otras cosas, es socioeconómico, a la gente cuatro personas para ir al cine son \$2400 ¿entendés? Entonces es complicado. En cambio acá, cuatro personas van a pagar \$320 entonces le lleva ventaja. Todo eso lo tengo que aprovechar, cada uno en su lugar, desde el espacio que ocupa, tratar de ver de qué manera le podemos buscar la vuelta. Lo que no puedo aceptar es dejar que la cosa pase, que todo transcurra alegremente mientras que yo estoy viendo que se me están metiendo en mi casa y me están llevando todo. Me cuesta y me hace daño porque no logro comprenderlo, o sea, es mucho más lo que te tenés que fortalecer en los momentos donde la cosa se pone más difícil, y estás peleando contra los dueños del mundo, contra esos poderes hegemónicos. No es fácil el adversario, o sea, es complicadito. O sea, si no nos juntamos vamos a perder seguro. Si cada uno va a ser la suya, por su lado, para tratar de defenderse, bueno eso también tiene que ver con otras cosas ¿no? Nos terminan educando estructuralmente para que funcionemos con la meritocracia, entonces vamos todos solitos: vos vas a hacer tu esfuerzo y vas a ver cómo vas a llegar, todo solo. Cuando el enemigo es uno solo muy fuerte, la única forma en la que yo lo puedo combatir es juntandome, o sea, ¿a quién le quieren hacer creer que la solución pasa por uno solo, por el individualismo? Jamás. O sea, todo se logra... y lo único que tenés que hacer es mirar la historia, o sea, hablamos hasta de las revoluciones. ¿Qué? ¿las hacían cinco? No. Nos juntemos y vamos. Porque si no, no funciona, pero bueno.

C: En ese sentido Ronald mencionaba que ahora, más que nada en pandemia, pero creo que ya había empezado antes, empezaron a entablar lazos con otras salas INCAA ¿no? Como a trabajar más en Red

y bueno, si la contención no viene desde arriba, desde la institución, como empezar a compartir desde ese lado.

N: Mirá, eso lo hablé con Ronald hace dos años más o menos. Como él es el coordinador yo le decía “vos lo que tenés que hacer, o lo que yo trataría de hacer, es juntarse. Júntense y pidan algo o quejense por algo. Pero no lo hagan de a uno, de forma aislada, o sea, nos juntemos, armemos una estructura más o menos -si vos querés llamarla una estructura para protestar- pero vamos a pedir y vamos a advertir y no le dejemos pasar”. A ver, ¿sabés lo que pasa cuando nadie te dice nada? A vos te parece que todo está bien. O sea, es así. Está todo bárbaro entonces yo director de INCAA no tengo quejas, no tengo protesta, no tengo nada y bueno, sigamos adelante, está todo bien. Pero si todas las semanas me dicen “mirá, la gente de la comisión de... no sé...de estructura de la sala se quiere juntar con vos porque necesita que lo que fuera” y a la otra semana “sabés que hay otra comisión que también se quiere juntar”. Bueno, a ver qué pasa, vamos a ver. Pero para eso lo tenés que armar desde tu lugar, entonces vos tenés la idea, lo transmitís, “bueno nos juntemos” y seguro que la gente se va a querer juntar, no van a querer andar cada uno por su lado solito porque vos se lo tenés que presentar de una manera medianamente atractiva. Decirle “che mirá, si nos juntamos tenemos la posibilidad, puede ser que no pero tenemos la posibilidad, de conseguir esto” y dale, vamos. De las 10 cosas que pedimos, nos van a dar 3, pero nos van a dar 3. Si le digo yo solo, una, no te la van a dar. Y no es tan difícil, o sea, a mí me cuesta entender que no se reaccione y que no funcione de esa manera, de armar una estructura juntos y vamos para adelante, es la única forma. Sí usando la cabeza, tratando de no ser tontos. O sea, a ver, vamos a pensar, no vamos a pedir estupideces, vamos a pedir cosas ilógicas, naturales, pero no tienen por qué negártelas y si se las pedimos todos juntos vamos a ver cómo hacen para negarte, cómo hacen para decirte que no. No sé, no es tan difícil.

C: Y volviendo un poco a esto a esto que hablábamos recién, de ver una película solo o verla en conjunto en un cine ¿qué lugar pensás que ocupa el cuerpo? Me refiero a la copresencia física ¿no? la corporalidad, estar pegado a una persona, muchas veces a una persona que no conoces. ¿Qué importancia sentís que tiene eso a la hora de ver una película?

N: Es grande la importancia que tiene. Por ahí no está tan relacionado con el que tenés al lado sino con las cabecitas que tenés adelante, que algunos te molestan porque algunos son muy altos y te tapan y tenés un cine que por ahí las butacas, como en el nuestro, están medio hundiditas, bueno se complica. Pero es muy lindo. O sea, hay una imagen que es hermosa que a nosotros nos pasa, que a veces estamos en la boletería y cuando empieza la película se apagan todas las luces y corremos la cortinita y miramos todas las cabecitas. Ahí es una maravilla, una cosa hermosa. Y sentado mirando hacia delante también termina siendo muy lindo. Si son películas que terminan siendo comedia, cuando todo el mundo se ríe no es lo mismo que estar en tu casa sentado solo riéndote solo o riéndote con tu pareja o con tu hijo o tu hija, no es lo mismo, es una risa que hasta contagia, o un llanto que contagia. O sea, toda una emoción, expectativa, una incertidumbre que es contagioso y todo eso cuando contagia se potencia, o sea, que suma.

C: ¿Y qué impactos sentís que va a tener la pandemia particularmente en ese aspecto de la proximidad física? ¿sentís que, más allá del protocolo, la gente va a tener miedo o va a estar más reacia, o todo lo contrario: que va a decir “bueno, ahora que habilitaron quiero volver con más ganas que nunca”? ¿qué hipótesis tenés a futuro sabiendo que hay mucha incertidumbre y nadie tiene la verdad absoluta, no?

N: Yo si lo pienso en relación al cine de Unquillo, la gente va a manifestar cierta resistencia para volver, lo va a hacer con miedo. El hecho de que exista el miedo lo que te va a sacar es público, obvio. Ya vos solo lo vas a restar al público por el protocolo pero lo que pienso, yo tengo pensado o proyectado que el cine Unquillo se reabra a partir de enero ponele, y enero va con la vacuna incluida, o sea, la vacuna termina resolviendo el tema. Entonces a partir de ahí, yo creo que no. Si bien va a haber cierta resistencia y cierta retracción relacionada con la asistencia, pero si vos mirás alrededor yo no creo que haya mucha resistencia o que la gente haya manifestado demasiada resistencia a asistir a lugares tales como restaurantes. Van y los siguen llenando y se sientan uno al lado del otro y no tienen ningún problema. Y ahí no es cuestión de barbijo porque ahí ni siquiera se lo pueden dejar, se lo tienen que sacar para comer, manipulan cubiertos, vasos y demás, y lo hacen. Así que el cine tiene mucha más protección que todos esos lugares, o que los bares. Yo no me estoy refiriendo a los bares de Buenos Aires, me estoy refiriendo a los bares de Unquillo. Yo los veo en Unquillo y están ahí los tipos uno al lado del otro, tomando el cafecito de la mañana y bueno, y es mucho menos peligroso el cine, sinceramente.

C: Y con respecto a esto, proyectando una vuelta que vos te imaginás más o menos en enero, de nuevo sacando el tema sanitario y del protocolo, ¿qué cosas sentís -si es que sentís que van a cambiar-, digo, qué modificaciones sentís que va a traer la pandemia para el cine de Unquillo a nivel práctica social? Y por el otro lado ¿qué cosas sentís que son singularidades o características del cine Unquillo que se puede pensar quizás como una estrategia de supervivencia? Algo por lo que la gente los elige o eso que es como un caballito de batalla para sobrevivir en este contexto de mucha modificación de prácticas sociales.

N: Yo creo que la gente va a rescatar esa salida, se va a apoderar de esa salida y la va a utilizar en el buen sentido a esa salida, como para volver. Lo que sí, hay que tener claro que cambió la historia, a partir de ahora vamos a tener que convivir con este muchachito y con los próximos que vengan porque seguramente va a ir mutando el virus, va a ir cambiando y ya no sé si la vacuna que me dieron me va a servir para el próximo que aparezca y habrá que hacer otra vacuna y se va a complicar la historia. Seguro se va a complicar y va a cambiar, no va a ser igual. Pero el ser humano tiene una capacidad de adaptación singular, o sea, vos te terminás acomodando, te terminás amoldando y seguís andando. Sinceramente, yo creo que más allá de los primeros tiempos, los primeros meses, las primeras semanas, yo creo que en un plazo medianamente corto se va a terminar resolviendo y sí creo que la gente se va a apoderar de esa vuelta a los lugares donde se sintió identificada, querida, protegida, entretenida. Yo creo que va a depender también de las películas que traigamos, va a depender de tantas cosas, pero ojalá se pueda hacer para que, en definitiva, bueno a mí me encantaría comprobar si sale o no sale, por ejemplo. Y si tengo la oportunidad para comprobarlo, quiere decir que lo abrí, y si lo abrí, está todo bien.

C: Y de nuevo pensando en hipótesis, a nivel de cantidad de público ¿vos pensás que van a tener la misma cantidad de público que antes? ¿más? ¿o menos? Teniendo en cuenta que la capacidad de la sala va a ser menor, pero digo, pensándolo relativamente, ¿pensás que van a seguir siendo el mismo público que siempre?

N: Es casi obvio que va a ser menos. Porque más allá de las películas para chicos, que son las que convocan a la mayor cantidad de gente, si vos agarrás... porque nosotros lo hicimos esto ¿no? Más o menos cuál era el nivel de edades que concurría al cine y es de gente de 40, 45 para arriba la mayoría. Y muchos mayores, adultos más que mayores, van a tener más miedo obviamente. Entonces, por eso digo que sin duda va a ser menos la gente que venga pero también eso va a ser relativo en cuanto al tiempo. O sea, ¿durante cuánto tiempo no vas a ir al cine? Y te repito, la vacuna termina resolviéndolo y no va a tardar mucho en resolverlo. Una vez que esté comprobado que funciona en la manera en la que tiene que funcionar, va a estar. No hay problema. Pero vos tenés que mostrarle a la gente que sí funciona bien. Si vos sos un adulto mayor que tenés más de 60 años obviamente, si yo veo que la vacuna funciona, chau, a otra cosa. No voy a estar dudando ni pensándolo demasiado, yo. Pero ponete que otro no, que tarde otro más. Yo iría de entrada pero hay otros que por ahí van a tardar, pero ¿cuánto más van a tardar? No mucho. O sea, se resuelve rápido.

C: Bueno y para finalizar te quiero preguntar cuáles pensás que son esas características o singularidades que tienen el cine de Unquillo que lo hacen especial o único. ¿Qué lo diferencia de otros cines o qué pensás que la gente es lo que más se acuerda cuando dice “bueno, fui a ver tal película al cine Unquillo y me quedó grabado esto”?

N: Hay un montón de cosas que pueden hacer que la gente recuerde el cine de Unquillo. Hablar bien de uno mismo no está bueno, pero bueno, se supone que la gente está medianamente conforme con el trato de quienes los reciben el cine. Digo por el respeto relacionado con aquello que te mencionaba antes de los horarios y que esté todo como te dije que iba a estar. Cuando vos venís una 2,3 o 10 veces y fue como yo te dije que iba a ser, que la gente recuerde el cine de Unquillo porque tiene el recuerdo de cuando las películas se cortaban 3,4 o 5 veces por función, comparándolo con el de ahora -porque no se cortan más salvo que se corte la luz- que la gente vea y escuche el cine de la misma manera que lo ve en los cines más caros de Córdoba o de Buenos Aires, dicho por la misma gente “Yo he ido a ver tal película a Córdoba y la verdad es que acá se ve y se escucha mejor”. Bueno, por eso también lo van a recordar. O sea por la relación con la gente que maneja el cine, por los precios de las entradas sin ninguna duda, y bueno, por todo ese tipo de cosas. Y creo yo, algunos ya se han dado cuenta, por la forma diferente de mostrar el cine más allá de las películas esas tan convocantes. Bueno, no sólo tenés las películas convocantes, porque si vos mirás la cartelera de los cines tradicionales cuando no te pasan películas convocantes te pasan películas viejas que fueron convocantes, entonces yo te voy a pasar una película muy convocante, el estreno, pero si no tengo esa película te voy a pasar ese otro cine que yo

quiero que vos veas. O sea, eso es manejar un cine como un servicio pero también puedo manejarlo como una empresa y ahí está la diferencia. Esto no es una empresa, esa fue una discusión muy larga que tuvimos con gente de la municipalidad porque querían que el cine fuera rentable y entonces es bravo eso. Esto no es una empresa ¡viejo!, esto es un servicio a la comunidad, no me jodan. O sea, es así de simple, es así de sencillo, pero bueno.

C: Bueno creo que te pregunté todo lo que necesitaba saber.

N: Espero que te sirva.

C: Sí, me sirve un montón. Muchas gracias por tu tiempo Néstor.

N: Gracias a vos, fue un gusto.

C: Que tengas un buen día.

N: Dale, hasta luego.

## **5. Entrevista Marcelo Ray: ex Director de la Dirección de Cultura y Educación de la Municipalidad de Unquillo (2003-2011)**

**22/12/2020 - 10.30hs. Entrevista virtual vía Zoom**

C: Hola

M: Hola ¿cómo andas?

C: Todo bien ¿Vos?

M: Bien, bien. Todo bien. Clara contame un poco en qué andas. Bueno, un poco me contaste cuando me escribiste pero ¿qué estás estudiando? Es decir, ¿para qué carrera estás haciendo tesis?

C: Yo terminé de cursar hace un tiempo comunicación social en la nacional.

M: Ah, somos colegas.

C: Hice la orientación en audiovisual y como me queda pendiente la tesis, estoy haciendo esta investigación sobre el cine Unquillo. Es una investigación sobre el rol sociocultural del cine en la comunidad ante las nuevas formas de consumo audiovisual: las plataformas, la portabilidad y demás. Obviamente que este año se vio súper interrumpido con la pandemia, de hecho el cine está cerrado y no se sabe cuándo va a volver a abrir, mucha incertidumbre y demás. Pero bueno, ahora la investigación, con ese enfoque también, intenta dar cuenta de cómo se piensan a futuro quienes hacen el cine y cuáles son las opiniones u hipótesis. Éste no es un estudio sobre públicos ,digamos, sino sobre las valoraciones de quienes hacen el cine.

M: Bueno, en lo que te puedo ayudar, lo hago con mucho gusto.

C: Como me interesa tener un testimonio de alguien de la municipalidad, vos me dirás según tu experiencia, aunque haya sido en otra gestión.

M: Dale, dale.

C: Teniendo en cuenta que el cine de Unquillo es un cine histórico que ahora funciona como Espacio INCAA y como cine municipal ¿cuáles pensás que son, o que deberían ser, los objetivos o las metas ideales para un cine de estas características?

M: Mirá, cuando gestionamos la apertura y logramos abrir el cine fue todo un proceso bastante largo. Yo entré en la gestión en el 2003 y la verdad es que llevó mucho tiempo pero fue una de las prioridades en ese momento. En cuanto a los objetivos por los cuales nos planteamos abrir ese espacio, tenían mucho que ver con empezar a tratar, desde la municipalidad, de garantizar el acceso a la cultura como un derecho. Entonces en ese objetivo súper amplio nos propusimos empezar a abrir y reabrir espacios para que la gente de Unquillo pudiera acceder efectivamente a distintos bienes culturales, es decir, que el Estado municipal le garantice ese acceso. En ese sentido, se arreglaron los museos que estaban, se abrieron nuevos y se intentó la apertura del cine en esa dirección. Es decir, tratando de garantizar que la gente Unquillo tenga la posibilidad de acceder a la producción audiovisual y también en la producción teatral porque nosotros lo habíamos planteado como un espacio múltiple. Desde Unquillo no había mucha experiencia teatral y ningún espacio de teatro, históricamente no hubo, pero cine sí. Pero al cine como espacio se lo había perdido, se lo había llevado la década del 90. Entonces, era importante para

garantizar el derecho a la cultura, poder abrir ese espacio. Ese fue el objetivo principal pero además tenía que ver con la recuperación de la memoria histórica y el significado de un espacio tan importante en términos sociales que era el cine en aquel momento. Y bueno, apostamos a que ese espacio vuelva a ser aquello. Yo creo que se logró eso de abrir espacios para garantizar el acceso a la producción audiovisual y teatral y sí me parece que lo que hay que trabajar muchísimo todavía es el aspecto de que la gente lo tome como propio a ese espacio. Fue difícil, sobre todo porque en cuanto a los consumos nosotros estamos muy polarizados, si se quiere, por el cine norteamericano. Entonces la propuesta de Espacios INCAA coaliciona un poco con eso. En ese momento, cuando lo abrimos, eran muy estrictos y muy duros con que sí o sí la programación tenía que ser de cine argentino y latinoamericano, que personalmente a mí me encanta pero no es el gusto mayoritario. Entonces hubo que trabajar mucho ahí porque, si bien la gente tenía entusiasmo por ver de qué se trataba la reapertura del cine, corríamos en desventaja con eso. Lamentablemente nuestro cine no es sumamente masivo. Y también peleábamos contra el modelo del shopping. Yo doy clases en un secundario y hablando con los chicos me acuerdo que me decían que estaban acostumbrados a la comodidad de las butacas y a entrar con el pururú y la coca e ir al McDonalds después del cine. Bueno, contra toda esa cultura teníamos que pelear ¿no? Plantearlo desde otro lado. Eso fue más o menos lo primero que surgió: por qué lo abrimos y qué nos pasó en ese primer tiempo.

C: ¿Y cuáles pensás que son sus principales fortalezas y sus principales debilidades o amenazas?

M: En cuanto a fortaleza yo creo que pasa por la cuestión de la proximidad. Yo creo que a lo largo del tiempo también, cuando fue madurando la presencia del cine de nuevo en el pueblo, mucha gente lo empezó a valorar también desde ese lado. Porque es cercano, está a mano, es accesible (los precios de las entradas son super accesibles). También ayuda la posibilidad de abrir un poco de la programación. No sé cómo estará hoy porque este año es un año oscuro y medio que se perdió, pero la programación hasta el 2015 se mantuvo en esta línea de poner en primer plano la producción argentina y en el tiempo del macrismo yo noté que el cine se abrió mucho a las otras producciones. Entonces, bueno, por ahí aparecían títulos más de Hollywood o más comerciales. Yo diría que esa mezcla ayuda también porque evidentemente el cine Unquillo no va a hacer la revolución y no va a lograr que todo el mundo quiera ver cine argentino. Entonces me parece que está buena la posibilidad de diversificar la programación, eso es una fortaleza. Las debilidades pasan por esto que te decía antes: nuestro cine nunca va a hacer un cine shopping y tampoco quiere serlo, pero uno puede verlo como debilidad en el sentido de que el consumo masivo busca más ese modelo. Me parece que fundamentalmente pasa por ahí. Después, también, yo no viví durante mi tiempo de gestión las plataformas como Netflix y demás, porque eso es bastante nuevo, pero sí se consolidó mucho en este tiempo y me hace acordar, de alguna manera, a la época de los 90 y los videoclub. Pero también, otra fortaleza es que la gente, como seres sociales que somos, finalmente volvemos a la sala donde está toda la gente. Porque también necesitamos esa otra cosa del ritual, del encuentro, que antes en el pueblo chiquito se daba muy fuerte y en este pueblo ya más grande, pueblo ciudad, se diluye un poco más pero yo veo que a la gente le gusta encontrarse en la puerta del cine.

C: ¿Cómo sentís que el cine de Unquillo fideliza a su público?

M: Yo creo que tiene un público que sería el núcleo duro del cine Unquillo, que se vincula mucho con determinado perfil de un grupo que llegó a Unquillo y se instaló, más intelectual, profesionales, de clase media o media alta, universitarios, muy parecido probablemente a lo que pasa en un cine club. Gente a la que le gusta este cine nuestro. Ese es un grupo fijo y duro que apareció cuando lo abrimos. Yo cuando dejé la gestión dejé mucho de ir al cine porque me hacía mal y me da mucha nostalgia pero después, en el último tiempo, volví y vi más o menos a un grupo o unas caras que estuvieron desde siempre. Y después hay un grupito chiquito de jóvenes, que los he visto mucho últimamente salir del cine. Entiendo que también, aunque no tengo datos, cuando hay películas infantiles tienen buena repercusión y hay un público interesante ahí para trabajar. Por qué también me parece que tiene que ver con la fortaleza del cine, para los padres, esto de la proximidad y el que sea barato. Entiendo que cuando hay películas para niños funciona bien.

C: Según tu experiencia ¿cómo era el vínculo o cuál era el vínculo del cine con la municipalidad y de la municipalidad con el INCAA?

M: Cuando logramos abrir el cine toda la gestión de la apertura fue municipal, fuertemente de la Dirección de Cultura. Era nuestro trabajo cotidiano porque queríamos abrirlo y desde la municipalidad trabajamos en el acuerdo con las dueñas del edificio, que no fue una tarea sumamente fácil porque

después teníamos que ponerle cosas adentro al cine. Porque del cine había quedado la cáscara nomás, no había butacas, no había nada. Entonces ahí con ayuda de algunas organizaciones, había un grupo que ya no está que nos ayudó mucho con el contacto con la provincia y ahí fue que conseguimos las butacas que son las que eran del Teatro Real porque justo habían remodelado el teatro y como habían quedado esas butacas, las conseguimos. Y después, toda la gestión para el acuerdo con el INCAA estuvo absolutamente protagonizada por la Dirección de Cultura. Y a partir de ahí el vínculo fue cotidiano y estuvo bien, yo hablo de la gestión de Liliana Mazure en el INCAA. Realmente cuando ella llegó yo sentí que teníamos la posibilidad de abrirlo. Y lo pensamos como sala INCAA porque era la única posibilidad de que un municipio chico y pobre como el de Unquillo pudiera acceder, primero, a la cuestión de la distribución de películas y, segundo, a la maquinaria necesaria. Creo que nuestro cine se inscribió muy bien en la política de esa época de Mazure. Y a partir de ahí trabajamos muy bien, ellos tenían muy dura la cuestión de la programación pero sí nos daban la posibilidad de solicitar algunos títulos o hacer algún tipo de propuestas. Me acuerdo que en esto de tratar de buscar gancho para que la gente vaya, detectamos el fenómeno Darín, entonces le propusimos al INCAA hacer un ciclo de cine de Darín y eso funcionó perfecto. Siempre hubo un buen ida y vuelta con el INCAA. La cuestión administrativa pasó por ahí también, y la rendición de las entradas. Eso, en mi tiempo, funcionó muy bien. La centralidad en la dirección del espacio la tenía la Dirección de Cultura asociada al INCAA y después habíamos logrado una cosa parecida con el teatro Cervantes, de Buenos Aires, porque habíamos hecho un convenio para lograr trabajar la cuestión del teatro.

C: ¿Cuáles creés que son los aspectos estéticos o arquitectónicos del cine de Unquillo que le otorgan más identidad?

M: Bueno, si vos te fijás en las fotos viejas, el edificio sigue siendo el mismo de la década del 70. Hubo algunas remodelaciones en el 70 y 80 pero principalmente está igual. Me parece que ese techo que dice “cine” y el círculo de luz es muy icónico, el hall de entrada, son los espacios más icónicos. Y después hay una magia, no sé si la siento sólo yo, porque fui ese chico a ese cine (porque yo nací acá y ese era el cine de mi pueblo y yo era muy cinéfilo), o si es algo general. Yo cuando entro siento eso que quedó ahí desde mi infancia, por eso es muy particular esa sensación y no sé si todo el mundo la tiene.

C: Si sacáramos una foto de Unquillo ¿qué lugar sentís que ocupa el cine en la identidad, en general, de la ciudad?

M: Actualmente me parece que hay que seguir trabajándolo, no está o no forma parte de la identidad hoy. Me parece que hay que trabajar mucho, sobre todo con las generaciones nuevas. Por eso nosotros habíamos planteado un trabajo fuerte con las escuelas, generar actividades permanentemente, porque me parece que la clave está en que los chicos o los adolescentes se apropien del espacio para poder lograr eso. Pero me parece que hoy, en el pulso del pueblo, no está instalado. En general me parece que se han desdibujado mucho todos los espacios culturales, no sólo el cine. Sí, está instalada esta idea de lo cultural como algo que caracteriza el pueblo, eso sí me parece que está instalado en la gente porque está claro que hay un montón de artistas (todo el mundo tiene un vecino que es artista). Pero los espacios ya llevan seis años en los que van perdiendo peso en la vida del pueblo y me parece que ahí la municipalidad debería dar una inyección para colaborar en que se vuelvan a instalar. Sumado a la pandemia, me parece que los últimos seis años fueron muy flojos, hasta incluso te diría que se desdibujó mucho de la Casa de la Cultura que me parece que es el ícono más fuerte que tiene el pueblo en lo cultural. Y el cine, que venía tratando de ganar fuerza, también se perdió bastante.

C: Y en ese sentido, ¿qué vínculo había o cómo se relacionaba el cine, en la época en la que vos trabajabas en la dirección de cultura, con nosotros espacios culturales municipales?

M: Nosotros siempre tratamos de conectarlo, que fueran muchos y que fueran uno. Porque para nosotros el eje era garantizar la accesibilidad a la cultura como derecho a toda la población. Entonces, en ese eje, todos los espacios estaban articulados en la difusión y en todo. Tratamos que fueran trabajando juntos, complementariamente. Por eso ahí era importante la centralidad de la Dirección de Cultura, para poder conectarlos. Y eso probablemente sea una de las cosas que se perdieron. Por ejemplo, Capilla Buffo terminó con una gestión privada de un grupo, el museo Spilimbergo terminó con una persona a cargo, que si bien trabajaba o trabaja en conjunto con el director o directora de cultura, lo hace de manera muy independiente, el Museo de la Ciudad se transformó en un bar. Cada espacio se fue desmembrando y el cine sigue con su lógica pero solo, aislado de todo. Me parece que una clave para que esto nuevamente funcione es poder conectarlo, porque es la fortaleza del pueblo también. Es decir, creo que hay que

lograr que la gente sienta que la cultura está no porque tengas un vecino artista sino porque vos podés acceder y porque está a mano, está en tu pueblo, y eso creo que hay que trabajarlo de nuevo.

C: ¿Y cómo ves vos la relación del cine con el entorno urbano más próximo? Con los comercios, la avenida, la plaza, etc.

M: Eso está armónico desde que tengo memoria, digamos. Porque el hecho de que sea el mismo cine de siempre... Por ejemplo, la estructura de la plaza mantiene muchos edificios históricos del pueblo, no sólo la iglesia sino también por ejemplo ese comercio de la esquina, el bar plaza, el club unión, todo eso si es más o menos igual y te diría que no ha cambiado en los últimos 50 años.

C: Recuperando algunas cosas que mencionaste, te quería preguntar cómo sentís que contribuye el cine con el desarrollo cultural local, con la inclusión social y con la apropiación del espacio por parte de la gente.

M: Para mí es una pata clave en nuestra cultura actual, si no hay presencia del audiovisual es como que estamos hablando de la edad media. Hoy lo audiovisual, sobre todo en las generaciones jóvenes, es el lenguaje predominante. Entonces me parece que si una ciudad piensa en un desarrollo cultural, esa pata tiene que estar muy fuerte. También funciona bien la cuestión del cine itinerante, ya saliendo de la estructura del cine como espacio edificio, y había funcionado muy bien el cine móvil. Y en un momento también habíamos logrado conectar muy bien esas dos cosas: primero llegaba el cine móvil y tenía un gran impacto, la gente iba a la plaza o a los barrios y se llenaban las plazas de personas disfrutando el cine. Entonces me parece que hay que trabajar eso también, no entenderlo al cine solamente como el edificio, sino que el cine también se pueda mover. Funcionaba muy bien. Era otra sociedad también, aunque nos pasó hace poco. Este período macrista creo que rompió muchas cosas, entre ellas la cuestión de los vecinos encontrándose sin querer matarse porque uno pensaba una cosa y el otro otra, y encontrarse en un espacio público a ver cine. Me parece que hay que reconstruir eso.

C: Uno de los objetivos del programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine, en ese sentido ¿cómo sentís que el cine de Unquillo contribuye? ¿simplemente por el precio de la entrada u ofrece algo más en esa dirección?

M: Me parece que es clave y se notó cuando hablaba con la gente y me decía “che, mirá, veo en la misma película y la veo bastante bien y a mitad de precio o menos que en el shopping de Villa Allende”. Eso pesa mucho porque la realidad económica del pueblo tiene que ver con eso y la gente busca cada vez gastar menos. Entonces me parece que está buenísimo que el INCAA mantenga esa política de precios accesibles porque eso ayuda fundamentalmente a que la gente vaya.

C: En ese momento ¿cómo pensaba la dirección de cultura de la municipalidad a la sala: con un emprendimiento cultural, o un emprendimiento comercial, un espacio de esparcimiento, o en otros aspectos?

M: Siempre fue lo comercial lo último en orden de prioridades. Porque nunca se buscó ganar plata con el cine, pero sí estaba el objetivo de que lo que ingresara al cine ayudara a auto sustentarse. Eso era un objetivo que costaba muchísimo cumplir porque los gastos son muchos: de personal, de servicios, de alquiler de la sala. Y siempre el objetivo fue más bien lo social, lograr que este espacio vuelva a estar incorporado en la vida cotidiana de la gente, que el espacio sea un espacio de encuentro. A nosotros nos gustaba mucho pensar que todos los espacios culturales significaban que la gente se encontrara, esta posibilidad de que el arte junte a la gente sin importar el barrio o la clase social, la diversidad cultural nuestra. Entonces ese era el objetivo fuerte y prioritario.

C: ¿Sentís que el cine de Unquillo de alguna manera contribuye con la formación de espectadores?

M: Sí, yo creo que todos los espacios contribuyen, bien o mal, algunos mejor que otros, pero sí. Por eso para mí era muy importante trabajar con las escuelas, porque ahí me parecía que estaba la clave y también era un desafío interesante el hecho de que las generaciones más jóvenes se formaran viendo películas argentinas o latinoamericanas. Eso tiene un valor muy grande y es una lucha muy desigual contra Disney o las grandes cadenas de la tele y, bueno, ahora todas las plataformas. Pero me parece que es una lucha que vale la pena y sí creo que contribuye.

C: Volviendo un poco al principio, si comparamos la oferta de programación de una sala, específicamente de la sala de Unquillo, que la ofrece en un horario determinado y en un espacio físico determinado ante la posibilidad de las plataformas de autoservicio o de construcción del propio espacio tiempo del usuario a la hora de ver una película. ¿Esa diferencia la sentís como una desventaja para la sala?

M: Y, habrá que ver cómo salimos de la pandemia. No sé, el mundo ha cambiado tanto en este tiempo y fue todo tan intenso que no sé cómo seguirá. Pero sí me parece que surgió este consumo muy arraigado a lo doméstico porque estoy todo el tiempo en mi casa y elijo la película o la serie que quiero en el horario que quiero, y eso juega en contra de los espacios como los cines. Por ahí estas cosas me hacen acordar a los 90, que se habían aflojado y ahora me parece que están volviendo. Habrá que ver si prima en nosotros la necesidad de juntarnos y de volver a vernos y perder el miedo encontrarnos o si prima esto de volverse a encerrar en las casas. Creo que va a depender de muchas cosas y de cómo los estados gestionen la crisis, que va a llevar mucho tiempo. No sé, me parece que es una incógnita. Pero sí, todas estas cosas juegan en contra. A ver, uno también lo piensa desde el sector al que pertenece. Yo, por ejemplo, puedo pagar Netflix pero también hay mucha gente que no lo puede pagar y entonces hay que preguntarse qué pasa en esos casos. ¿Está el cine como forma de suplir eso? No sé, son preguntas que quedan ahí. ¿Qué hará esta clase media intelectual? Hoy todo el mundo habla de las series “¿Qué serie estás viendo? O ¿qué película viste en Netflix?” Digo Netflix porque es la más popular pero en cualquier otra. Eso está muy instalado ¿Se queda eso para siempre y pierde valor de nuevo lo que se venía de a poquito sumando para volver a abrir o mantener estos cines? No lo sé, habrá que ver cómo sigue.

C: En ese sentido y recuperando lo que vos hablabas del encuentro, de estos espacios como espacios de encuentro, si lo pensamos a diferencia del consumo hogareño o el consumo en espacios públicos de manera individual, ¿qué lugar sentís que ocupa la co-presencia física o la proximidad de los cuerpos a la hora del consumo a una película?

M: Yo como espectador y consumidor de cine elijo ir al cine porque me gusta esa presencia de los otros en la sala pero no sé si hoy es lo más valorado por la sociedad. Me animo a decir que hoy no porque hay miedo de juntarse. El tema es ver cuánto de golpe ha dado en eso esta cuestión de la pandemia.

C: ¿Y vos sentís que cuando vuelvan a abrir las salas la gente va a volver?

M: Creo que el núcleo duro va a volver, ese que te decía antes, seguro. Habrá que ver qué hace el resto, la mayoría. Yo creo que sí, apuesto a esta cosa humana del encuentro con otros y me parece que ahí no hay con qué darle a la sala de cine. Netflix contra eso no puede. Creo que a la larga lo humano va a ganar, la necesidad de encontrarte con otro.

C: Para finalizar preguntarte qué sentís que lo hace único o especial al cine de Unquillo y que la gente recuerda a diferencia de otras salas.

M: Me cuesta mucho ser objetivo en esto porque para mí ese cine es el cine en el mundo. Por cómo es, el ambiente que tiene. Pero escuchando un poco a la gente nueva en el pueblo que no tuvo esa experiencia me parece que gusta mucho y que queda eso de sentir que estás en un cine de otro tiempo. Eso a la gente le gusta y le hace bien. No es el cine al que le pasó a la industria por arriba y las butacas son siempre las mismas y, aunque si bien es incómodo al lado de una butaca de Showcase, la gente finalmente se lo banca a eso porque a muchos les gusta. No sé, el piso de madera, la boletería como es. Me parece que son cosas únicas y no hay uno igual en el mundo. A mi me encanta, ya te digo, yo tenía 6 años y estaba ahí hasta que lo cerraron, por eso se me mezcla todo eso. Pero me parece que la gente a eso lo siente, porque algo quedó de esa época.

C: Buenísimo, creo que ya te pregunté lo que necesitaba.

M: Bueno, cualquier cosa nos ponemos en contacto de nuevo.

C: Dale, mil gracias. Chau, que andes bien.

M: Lo que necesites me avisas, chau.

## **6. Entrevista Cecilia Galará: asistente General y Productora de Contenidos de la Dirección de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Unquillo.**

**15/01/2021- 11 hs. Preguntas enviadas por vía mail y respuestas enviadas vía audios de Whatsapp**



C: ¿Cuál cree que es el o los principales objetivos del CTMU? ¿Cuáles piensa que son sus valores y sus metas ideales a futuro?

CE: El principal objetivo tiene que ver con el acceso a la cultura. Después tenemos otros que tiene que ver con la puesta en valor del patrimonio arquitectónico, de nuestra identidad local, al recuperar un espacio que es histórico para nuestra ciudad. También es un espacio para promoción de los artistas locales, para fortalecer a los artistas de nuestra ciudad. En cuanto a los valores, podemos mencionar la identidad local, la promoción de nuestros artistas. El espacio es un cine teatro, entonces tiene también la propuesta es tener ciclos musicales con músicos locales. Ese lineamiento ha tenido una trayectoria disímil con algunos altibajos en estos últimos años pero ha seguido habiendo presentaciones de música, de libros, de teatro, narraciones, distintos eventos. Y también es un espacio abierto a la comunidad entonces se hacen actividades con escuelas, el ciclo de cine comunitario que aún con el cambio de gestión logró permanecer en el tiempo.

C: ¿Cuáles cree son las mayores fortalezas y las mayores debilidades o amenazas del CTMU?

CE: Como fortaleza, el hecho de estar en el lugar que está, en la proximidad de la Ciudad de Córdoba pero tener este sostén del Estado para poder brindar el acceso a las producciones audiovisuales con precios muchos más accesibles. En este momento también, desde hace más de un año que está el Centro de Producción Audiovisual a poca distancia, entonces eso enriquece el proyecto, esto de tener cerca a creadores y cineastas. También es otra fortaleza tener en Unquillo, no solo cineastas de animación, sino de otros rubros. Y también la apropiación del espacio por parte de la comunidad sería otra fortaleza. Las debilidades tiene que ver con que todavía hay muchos unquillenses que no conocen el cine, no conocen lo accesible que es y continúan yendo a Córdoba a consumir cine. Luego, lo propio del género del cine, que atraviesa toda esta época con los cambios en los consumos y en las modalidades de consumo. Lo que antes fueron los videoclub y los DVD. También, relacionado con la estructura del municipio, es un proyecto que depende de la recepción que tiene de parte de los vecinos, que muchas veces no se apropian. Tenemos vecinos que están más con la camiseta puesta del cine y otros que tiene otras modalidades de consumo de cultura.

Una amenaza podría ser el hecho de que el proyecto no genera ganancias, sino que es una inversión que hace el Estado de pagar ese alquiler todos los meses, pagar todos los servicios y que no lleguen a cubrirse con la recaudación. Por otro lado, el hecho de que los equipos son provistos por el INCAA, que tienen sus propias modalidades de trabajo y que no pertenecen al espacio.

C: ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales y/o publicitarias del CTMU y quiénes están a cargo de su diseño e implementación? ¿Cómo fideliza a su público?

CE: La principal es la difusión de la programación semanal. Durante estos años, en esta gestión, se realizó así. Impresión de folletos de tamaño A5 y ahí se incluía toda la programación semanal con los horarios de las proyecciones del INCAA y también si había algún evento especial, incluyendo también qué película proyectaba cada semana el cine comunitario. En los últimos años eso se fue volviendo cada vez más digital y la herramienta fundamental que tiene en este momento el área de prensa es la lista de difusión que llega a miles de vecinos de la ciudad, no sé con exactitud a cuántos, pero es una lista que llega a muchos vecinos y antes de la pandemia, cada miércoles se compartía la programación de esa semana. No teníamos forma de saberla con más anticipación. A lo largo de los años también se ha realizado difusión a través de afiches que se han colocado en diferentes puntos de la ciudad y también en los medios, enviándole a distintas agendas regionales, a los diarios provinciales, aunque ahí sí teníamos una dificultad grande porque cuando enviábamos a La Voz del Interior, por ejemplo, nos publicaban cambiando los datos o a veces directamente no publicaban, era todo un tema. Había que pautar para que publiquen la programación completa del cine y eso nunca lo logramos por completo. La dinámica de difusión la hacíamos a través de un Drive donde los encargados de programación del cine cargaban la información, en el área de prensa teníamos acceso y entrábamos todos los miércoles a la mañana, ingresábamos los datos en una plantilla predefinida y salía el mismo miércoles la difusión completa. En cuanto a la fidelización ha habido varias iniciativas. Una fue la del 2X1, donde tenían distintos puntos de la ciudad estos descuentos impresos para que puedan ir al cine con descuento quienes lo presentaran.

C: ¿Cuál es el vínculo del CTMU con la Municipalidad de Unquillo y de ésta última con el INCAA? Dentro de las políticas culturales de la municipalidad ¿qué lugar ocupa al CTMU?

CE: El vínculo que tiene el cine con la Municipalidad sería un poco el lugar que tiene en el organigrama. El cine es uno de los espacios culturales de la ciudad, depende de la Dirección de Cultura y Turismo de

la Municipalidad y la Dirección de Cultura y Turismo depende de la Secretaría de Gobierno, y ésta del Ejecutivo. Como espacio cultural sería un programa en sí, dentro de la Dirección de Cultura, que tiene asignado en este momento tres empleados, más las personas de limpieza y la articulación con otras áreas del municipio como obras públicas para lo que es el mantenimiento. También se articula con otros programas que tiene la Dirección de Cultura actualmente como es el Registro de Artistas Municipales, que es algo que se va teniendo en cuenta a la hora de generar actividades en relación al espacio porque se busca fortalecer a los artistas locales a través de los recursos que tiene el municipio. Con el INCAA entiendo que hay convenios firmados y que se realizan las rendiciones por las películas en lo que es la facturación de la sala pero no conozco en detalle, Ronald del cine quizás te pueda dar más precisiones.

C: ¿Cuál es la vinculación -si es que la hay- del CTMU con otras instituciones culturales locales? ¿Y con el entorno urbano?

CE: El cine realiza actividades con instituciones educativas. Es como un alquiler que se hace del cine dependiendo del motivo, en otras ocasiones se hace el préstamo de la sala y también hay actividades que se realizan en conjunto y se desarrollan allí en la sala. En relación al entorno urbano, el cine forma parte de un circuito histórico que comienza en el Museo de la Ciudad. En coincidencia en cómo se fue desarrollando la ciudad en su nacimiento, por la Avenida San Martín desde la antigua estación de tren, sobre esa arteria se fueron asentando los primeros comercios -sobre todo de inmigrantes- entonces son casas y comercios que tienen, algunos, cerca de 100 años de antigüedad. El cine está cerca de cumplir los 100 años, es de 1928, entonces desde Turismo organizamos un circuito donde se va recorriendo esta avenida y se llega hasta el cine y luego se sigue hasta el centro de la ciudad, hasta el edificio municipal. En el entorno más cercano del cine te encontrás con casonas antiguas, que eran antiguas casas de veraneo y con la parroquia Nuestra Señora del Lourdes que es una obra del arquitecto Augusto Ferrari. Y, por supuesto, con la Plaza Alem que es uno de los espacios recreativos más antiguos de la ciudad también. En algunas ocasiones se ha llevado una pantalla gigante para hacer cine al aire libre en la Plaza Alem pero eso ha sido hace muchos años. También está el vínculo con la Casa de la Cultura que está muy cerquita desde donde se lleva toda la administración del espacio. En algunas ocasiones se venden las entradas anticipadas allí y se han organizado también actividades que comenzaban en la Casa de la Cultura y terminaban en el cine en distintos momentos. A lo largo de todos estos años ha habido muchos eventos que se articulan. También cuando se hace la Noche de la Cultura, que es un evento que se ha realizado varias veces en Unquillo, el cine también participa de esas actividades con alguna propuesta.

C: ¿Cuáles cree que son los aspectos arquitectónicos y estéticos del CTMU que le otorgan identidad? ¿qué lugar cree que ocupa el CTMU en la identidad de la ciudad?

CE: En el circuito centro, del que tenemos un registro arquitectónico, lo único que dice con respecto al cine es que es un típico galpón de principios del Siglo XX, no dice mucho más. Tiene el detalle que sobrevivió a la modificación de su fachada arriba, en la parte alta de la fachada, pero no sé en qué década fue que la familia Ramé le agregó este hall de entrada con la galería y los locales. En el interior, el cine tenía balcones que rodeaban una pista de baile y tenía las butacas que se podían retirar para poder transformar la sala del cine en pista de baile. Pasaron por ahí muchos artistas también. Desde los inicios del proyecto del cine se ha utilizado la pared que da a la calle para hacer murales. Primero había uno que fue realizado por un grupo de mujeres, hace muchos años, que hablaba de los artistas en general. En el 2014 se realizó un dedicado a Quirino Cristiani que fue reemplazado en el 2016 por otro con la misma temática porque Quirino Cristiani es un personaje que le da toda una impronta importante a lo que es el tema del cine acá en Unquillo porque fue el creador de los dibujos animados y venía a veranear acá a su casa que se llama “Cineville” y sus descendientes todavía viven en Quebrada Honda, en esa casa de Quirino Cristiani que también es el nombre que se le ha dado al Centro de Producción de Animación que se instaló en la Casona Municipal. Indudablemente es parte de la identidad local. Actualmente hace sinergia con el CPA para que empecemos a pensar en el cine y en el cine de animación como una industria cultural que puede llegar a ser muy importante para la ciudad y que deseamos, desde la Dirección de Cultura y Turismo, que sea cada vez más protagonista en la identidad cultural local.

C: A nivel local ¿cómo cree que contribuye el CTMU en el desarrollo de la cultura, la inclusión social y la apropiación del espacio público?

CE: Bueno, hay muchos motivos. No solo el poder acceder con una entrada con precio más accesible, también en algunas ocasiones se hacen funciones gratuitas, se ha realizado el programa Derecho al Cine. Es un programa que estuvo varios años en el cual desde los distintos barrios se traían colectivos con grupos de comedores y de centros vecinales para que puedan ver funciones gratuitas. Pero más allá de

esto, que tiene que ver con una acción social directa y más literal, en sí el cine es un espacio de encuentro entre vecinos, de encuentro comunitario y eso es muy importante. El poder acceder a disfrutar una película en compañía de tus amigos, del pueblo, de la comunidad, es algo muy diferente. Ha habido casos, por ejemplo, de proyecciones de partidos del mundial dentro del cine, lo cual fue todo un evento maravilloso de todos los vecinos dentro de ese lugar, que no se compara con verlo solo en casa, sino verlo ahí con otros. Esto de la experiencia del convivio allí entre todos los vecinos, sentirse protagonistas de algo, estar haciendo historia todos juntos en un lugar. Y si lo vemos más con perspectiva histórica, en estos más de 80 años del cine hay muchísimas anécdotas de personas que veraneaban o que vivían acá que hablan de la apropiación de este espacio y de sentirlo parte de la historia de cada familia y de cada unquillense.

C: Uno de los objetivos del programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine ¿cómo cree que el CTMU contribuye con ese objetivo?

CE: Tanto por el precio accesible como por todo el esfuerzo que hace el municipio para difundir la actividad del cine.

C: ¿Cómo piensa la municipalidad al CTMU: como emprendimiento comercial, cultural o un espacio social de esparcimiento?

CE: Tenemos que remitirnos, sin duda, a cómo pensamos la cultura como 4to pilar del desarrollo sostenible. Nosotros, desde la Dirección de Cultura y Turismo, pensamos a la cultura en diálogo con cada uno de los 17 objetivos de desarrollo sostenible y pensamos que la actividad tiene que ir en vínculo con toda esta mirada y sí, que sea un emprendimiento con un lado que tiene una mirada comercial nos ayuda a pensarlo para que sea sostenible, pero nunca dejamos de tener el enfoque de que es un ámbito social, de hay que prioridades. Por eso te digo que aunque no genera ganancias, igualmente la política del municipio es sostenerlo, mantenerlo y promover que se puedan cumplir los objetivos que tiene.

C: ¿Cree que el CTMU contribuye con la formación de espectadores? ¿En qué sentido?

CE: Sin duda, tanto en el Cine Comunitario como cuando hay una presentación de películas y vienen los realizadores o actores, son instancias en las cuales se va promoviendo la formación del público. Un espectador crítico, un espectador que se puede involucrar más como comunidad y no como un público receptor solamente, sino que hay una noción de sentirse parte de la comunidad del cine.

C: ¿Considera una desventaja el hecho de que el cine ofrezca una programación específica en un determinado lugar ante la posibilidad de autoservicio y de construcción del propio espacio-tiempo que ofrecen ciertas plataformas digitales?

CE: Sí, totalmente. Por eso en las debilidades te mencionaba el tema de la competencia con otras modalidades de consumo. Si bien sí creo que es una gran fortaleza la experiencia. Es distinto ver algo en tu casa, en estas plataformas de autoservicio, como decís vos, que cómo se lo puede vivir estando en el cine. Es una experiencia que no tiene comparación.

C: ¿Qué lugar cree que ocupa la copresencia física y proximidad corporal de los espectadores en una sala a la hora de ver una película?

CE: En mi experiencia como usuaria o parte de la comunidad del cine, es poder fortalecer los lazos como comunidad, incluso como familia. Ir al cine a ver una película en familia es algo que fortalece los vínculos. Reír con los otros, emocionarse con los otros es una experiencia transformadora y que mueve muchísimo más a nivel emocional. Es una experiencia única.

C: ¿Cuáles son las particularidades del CTMU que lo hacen “único” o especial y que lo diferencian de otras salas? ¿qué cree que es lo que la gente más recuerda de ver películas en el CTMU?

CE: Es una sala histórica que vos al ingresar podés viajar un poco en el tiempo, vivenciar cómo habrá sido estar en una sala de cine hacia mediados de siglo pasado. Hasta las butacas también tienen un estilo vintage, por más que no son las originales, pero se ha mantenido el valor histórico. Eso es algo único que le da una marca distinta, además de estar en Unquillo en este paisaje natural y en este paisaje humano, que le da un contexto diferente.

C: ¿Cuáles son/fueron los impactos de la pandemia en el CTMU y qué panorama cree que dará a futuro en términos de cantidad de espectadores? ¿Qué factores cree que incidirán en el volumen de la convocatoria?

CE: Tuvo varios aspectos. Uno fue el cierre total de las actividades. Muy parcialmente se realizó una actividad en streaming que viene del fortalecimiento que hubo de la Red de salas INCAA a nivel federal. Se pudo mantener ahí el contacto con realizadores y, en parte, con la comunidad local del cine y con la Red Federal, con otros gestores culturales de otras salas del país. Más allá de ese hito, en las redes

sociales, en el Facebook del cine, se trabajó con efemérides relacionadas con el cine pero no hubo mucha más actividad porque también los empleados asignados al cine eran de riesgo y no se adaptaron mucho al trabajo desde casa, a la producción de manera remota en el marco de los medios digitales. No era la fortaleza de los empleados del cine ese aspecto entonces no pudimos hacer mucho más en cuanto a mantener una actividad de manera remota. Los protocolos se están analizando con el COE, con el personal de salud. Sin duda, van a tener las características generales que vienen teniendo las salas de cine y todos los espacios de espectáculos cerrados, en los que la máxima ocupación de la sala es del 30% y, bueno, con todas las otras medidas y recaudos de seguridad que ya se conocen. Con respecto al volumen de la convocatoria, creemos que la posibilidad de ver cine acá en Unquillo sin tener que desplazarse a Córdoba Capital va a ser una ventaja ahora en los tiempos en los que la gente piensa dos veces antes de movilizarse hacia otro lugar por los riesgos que tiene el viajar en colectivo y estar en contacto con más personas. Eso puede ser una ventaja para la convocatoria a nivel local. Y bueno, en cierta forma, la falta que se ha sentido de estas experiencias de convivio en una sala, ya sea con teatro, con música en vivo o con compartir la proyección de una película, creemos que es algo que mucha gente echa de menos entonces va a haber buena convocatoria en caso de reabrirlo.

C: ¿Cuáles serán las modificaciones y qué características o singularidades del CTMU se piensan como estrategias de supervivencia?

CE: En cuanto al futuro hay todavía todo un trabajo por hacer. Estamos trabajando mucho desde el comienzo del aislamiento con el vínculo con los artistas locales. Realizamos el registro de los artistas unquillenses para conocer a todos los artistas que tenemos aquí, realizadores, técnicos, artistas que se dedican a la producción audiovisual y creemos que eso puede ser algo que enriquezca mucho el proyecto de aquí a futuro. El vínculo con el CPA, creemos que va a ir fortaleciéndose con el tiempo. Y seguir pensándolo también desde una mirada comercial para que el proyecto sea sostenible. Digamos, la conjunción de todas estas fortalezas para que no se debilite el proyecto.

## **7. Entrevista Ana Perera: jefa de Programación de Espacios INCAA**

**25/11/2020 - 11.30 hs. Entrevista virtual vía Zoom**

C: ¡Hola!

A: Hola Clara ¿cómo estás?

C: Bien, ¿vos?

A: Todo bien. Perdón por las idas y vueltas y toda esta vorágine.

C: No, no hay problema. Gracias, muchas gracias por tu tiempo.

A: No, por favor.

C: Antes de empezar te hago una pregunta ¿Tenés inconveniente en que grabe la reunión? Es para después poder desgrabarla.

A: Dale, dale, no hay problema.

C: Buenísimo. Bueno, como te decía, yo estoy haciendo la tesis a distancia. Soy de Buenos Aires pero viví mucho tiempo en Unquillo, mi adolescencia la viví ahí, ahora estoy viviendo acá de nuevo y estudié comunicación social en la Nacional de Córdoba y, habiendo ya cambiado un par de veces de tema de tesis, elegí laburar con el cine de Unquillo que era algo que estaba ahí al alcance y me parecía re lindo y re copado. Y bueno, el tema de tesis lo encaré a través de preguntarme cuál es el rol del cine de Unquillo en la comunidad ante estas nuevas formas de consumo que se vienen dando en la cultura digital: plataformas, Netflix y demás. Y como estaba más en la parte del comienzo del trabajo y llegó la pandemia, dije “no puedo esquivar este tema que, básicamente, hace que el cine esté cerrado y un montón de modificaciones, mucha incertidumbre y demás”. Entonces dije “bueno, voy a tratar el mismo tema pero también teniendo en cuenta el qué va pasar con la vuelta”, sabiendo que hay mucha incertidumbre, pero por ahí, pensar en que estas prácticas sociales se van a ver modificadas. Entonces, bueno, las preguntas van apuntadas un poco a eso.

A: Buenísimo.

C: Bueno, primero preguntarte, teniendo en cuenta que el cine de Unquillo funciona como un cine municipal que también es un cine histórico que se fundó en 1928 y funciona desde el 2008 como espacio INCAA, teniendo en cuenta estas características ¿cuáles pensás vos o cuáles creés que son sus principales metas u objetivos?

A: Bueno, eso es muy personal del espacio pero te puedo decir lo que es respecto de Espacios INCAA. El objetivo de Espacios INCAA, que si querés después te puedo pasar la resolución, es acercar el cine nacional a la comunidad, hacerlo visible. Eso como primera instancia y, bueno, no sólo del cine nacional pero también el cine iberoamericano, como dice la resolución. Aportar, por ahí, un tipo de cine a la comunidad que no es el que encontramos en todas las salas, un cine, por ahí, más de difícil acceso pero que sea accesible, justamente también por una cuestión de precio de entrada y demás, a la comunidad. Y, por otro lado, también mostrar en ese cine nacional, un poco cuál es nuestra cultura. Y bueno eso como para resumir básicamente. Por otro lado, también, el objetivo de los Espacios INCAA es vincular también el cine con la comunidad, que sean lugares donde -y en esto podemos ahondar después con las diferencias con toda esta nueva manera de acercarse a la cultura de forma virtual, que también tiene sus pro y está bueno, pero bueno- o encontrar un espacio, digamos, donde físicamente se puedan unir la obra en sí con los espectadores. Crear estos lugares de encuentro de la comunidad y trabajarlos también comunitariamente.

C: Y pensando en un cine de estas características, que es una sala antigua en un pueblo o una ciudad chica y que, por ahí, no tiene el flujo de público que tienen otras salas INCAA como el Gaumont o algunas más conocidas, ¿cuáles creés que son sus mayores fortalezas y sus mayores debilidades o amenazas?

A: Bueno, sin duda una fortaleza es que es la única sala del lugar. En ese sentido creo que eso es un plus enorme porque si no existiera el cine de Unquillo directamente no habría cine en Unquillo, lo cual me parece algo muy destacable. Eso creo que es una enorme fortaleza, si bien es verdad que la Ciudad de Córdoba está a una hora, que para los que vivimos en Buenos Aires una hora no es nada, es como ir al centro y volver, pero bueno, creo que no es lo mismo tener un cine propio que tener que ir a la capital. En ese sentido, además, también como muestra de identidad de Unquillo ¿no? También sé que funciona no solamente como cine, sino como teatro y también como espacio comunitario para otras actividades culturales. Eso me parece que claramente es una de sus fortalezas. Como debilidades, tal vez creo que, por ahí, lo que faltaría es trabajar más en profundidad este aspecto. Como parte de la comunidad. Creo que, por ahí, estaría bueno arraigarlo aún más, que tenga más vinculación con la comunidad, con lo que pasa, con los intereses de la comunidad. Pero lo estoy hablando muy desde afuera, por eso tampoco puedo opinar mucho porque es una mirada porteña y no quiero caer en eso. Y, en ese sentido, creo que te pueden responder mucho mejor los que están ahí que son los que la viven a diario. Yo, la verdad, a la sala fui una o dos veces, o sea, conozco el contexto pero de afuera, vuelvo a repetir. Y bueno, no sé, desde afuera y desde una mirada muy personal, quizás lo que me parece es eso, estaría bueno crear mayores lazos con la comunidad. Que los propios unquillenses se sientan más vinculados o se apropien del espacio, creo que eso siempre es beneficioso para cualquier lugar, centro cultural, sala, o cualquier espacio comunitario. Creo que eso siempre está bueno, que la gente se apropie de ese lugar, lo vuelva propio y quiera concurrir porque lo siente propio. Y no sólo que vaya, sino que diga “che, quiero ver tal cosa, por qué no hacemos tal otra”. También al sentirlo propio, se involucra y empieza también a gestionar -entre comillas-, de alguna manera, tirando ideas, solicitando actividades... qué sé yo. Como que hay un intercambio que está bueno, que enriquece y lo diferencia, a la vez, de un cine comercial o de un teatro, porque ahí simplemente vos vas, ves lo que te dan, te sentas, te comés tu pochoclo y se acabó. Y ves lo que te ofrecen y listo. Pero no existe ese intercambio o ese posible intercambio que creo que es lo que diferencia a estos espacios.

C: ¿Cuál es la relación del cine de Unquillo con el INCAA?

A: Bueno, es la misma relación que todos los Espacios INCAA. En principio el INCAA tiene un convenio con todos los Espacios INCAA donde se establece, en ese convenio, los días y horarios de programación a cambio de, en el caso de Unquillo, equipos de proyección DCP y de sonido en comodato. Y también el INCAA ofrece programación. Obviamente es programación de cine nacional, que fue cambiando a lo largo del tiempo. Espacios INCAA tiene hoy 16 años, si no me equivoco, entonces bueno, fueron pasando distintas gestiones en el INCAA y, bueno, también en el medio de todos esos años se llevó a cabo la digitalización de las salas. Porque antes Unquillo, por ejemplo, tenía una proyección de 35 mm. Entonces, bueno, también fue cambiando técnicamente, y bueno, obviamente la

técnica siempre trae a colación el contenido o viceversa, pero no es que van por dos camiones separados. Entonces bueno, la relación del espacio INCAA de Unquillo con el INCAA es esa, o sea, es una relación digamos de convenio que establece, a groso modo, estas pautas de días y horarios de programación versus equipamiento y programación de cine nacional mayoritariamente o, en este momento, solamente. Digo en este momento porque en otros momentos también pudimos programar otro tipo de contenido que no necesariamente era nacional, pero que era Iberoamericano o de diversidad cultural -como le llaman- que son películas que no vas a encontrar en las salas comerciales. Bueno, después también hay cuestiones más técnicas, que si querés te podemos mandar un convenio a modo de ejemplo, pero bueno, básicamente es eso. También establece cómo es la relación con los distribuidores, por ejemplo, quién paga los bordereau, cuáles son las obligaciones y los deberes de cada parte, pero bueno, básicamente es un convenio que se firma cada dos o tres años.

C: Y en relación con esto de la programación ¿cómo funciona? ¿Unquillo pide tal película o ustedes ofrecen los estrenos que tienen en agenda o en calendario?

A: Mirá, la verdad, por eso te digo... Espacios INCAA tiene 16 años y se modifica mucho la manera de programar en relación a las gestiones que van pasando y demás. De hecho, ahora, hace poco, presentamos una nueva propuesta de programación para todo lo que son los Espacios INCAA que esperamos la puedan tener en cuenta porque sería mucho más inclusiva. Porque los Espacios INCAA lo que tienen es que son muchos y representan, a mi parecer, lo que es el país, que es un país super heterogéneo: no es lo mismo La Quiaca que Tierra del Fuego. Y las salas representan eso, o sea, son muy diversas. Nosotros finalmente las agrupamos en tres grandes grupos pero la realidad es que son muy particulares cada una de ellas, según el lugar en donde esté, según la persona que la gestiona, según varios factores que hacen a esa sala. Entonces, también, la forma de programación tiene mucho que ver con eso. Si bien creo que, para mí, el déficit -por lo menos de las últimas gestiones- ha sido querer trabajar la programación de una forma uniforme porque la verdad es que no lo son. Entonces es tratar de acomodar algo... no sé, como si todos tuviéramos que comportarnos o actuar de una manera y, bueno, cada uno tiene su forma de ser. Obviamente que tampoco podemos hacer todos los que se nos da la gana, pero, en ese sentido, obviamente tiene que haber una línea. Pero bueno, por eso te digo, se fue modificando mucho. Lo que sí te puedo contar, como los rasgos más generales, que eso sí hemos tenido siempre, desde el INCAA o la coordinación de Espacios INCAA formamos un calendario de estrenos, que son todas las películas argentinas que tienen fecha de estreno según semanas y meses, y las ponemos a disposición de la salas. Y bueno, obviamente, tenemos un intercambio con las salas para ver qué película se adecúa mejor a cada espacio, a qué espacio le interesa tal o cual película por razones particulares, pero bueno, si también me tengo que remitir a lo que fue por ahí el último año, ahí cambió, pero tampoco lo establece la normativa. No te quiero tampoco enquilombar, pero bueno, por ejemplo teníamos una manera de programar que nunca habíamos tenido que la realidad es que la tuvimos que adecuar por cuestiones, obviamente por imposición de las autoridades, pero por cuestiones que tienen más que ver con fomento que otra cosa, que es lo que queremos revertir en esta nueva propuesta de programación. Pero bueno, así a groso modo, lo que a nosotros nos interesa es siempre trabajar la programación en conjunto con el responsable de cada sala porque entendemos que el que conoce su comunidad es el que está ahí, el que vive ahí, el que está en diálogo justamente con la comunidad, digamos. Nosotros ofrecemos películas y programación y, en base a ese diálogo, se establece qué es la mejor para la sala y para su público.

C: Hablaba también con los trabajadores del cine de Unquillo y les preguntaba esto de las estrategias de comunicación, de publicidad, de difusión. Entonces quería saber ¿cómo el INCAA contribuye con las estrategias de comunicación? Si mandan afiches o publicitan en la página del INCAA...

A: Mirá, siempre fue para mí un tema bastante flojo por parte del INCAA si bien es verdad que el convenio establece que cada sala debe hacer su propia publicidad, o sea, no es una obligación del INCAA según el convenio. El tema de la difusión es complicado porque la realidad es que, para mí, en general es un punto débil del cine nacional en general. Obviamente no de las grandes producciones, que ves publicidad hasta en la sopa, de Telefé, Patagonik ¿no? Me refiero al grueso. Porque, a veces, lo que me pasa es que hay buenas películas que la gente no se entera, por eso también no les va como debería irles. Pero, digamos, en relación al INCAA, lo que hace en términos de difusión es enviar los afiches que se los pedimos a los distribuidores, que eso lo tienen que entregar los distribuidores. Después, en su momento, teníamos una página web que después dejamos de tener porque nos la sacaron y tenemos redes sociales, básicamente se manejan con redes sociales. El tema de las redes, para mí, es que por

ejemplo de lo que es Facebook, la mayoría de los usuarios son de capital, de La Plata y no sé si de Córdoba también. O sea, como que son los tres grandes públicos de Facebook. Entonces es difícil promocionar una película de La banda- Santiago del Estero por Facebook cuando no le llega a quien le tiene que llegar. Entonces eso es más complicado. Después también se manda la programación en las carteleras pero son carteleras nacionales o de acá de CABA entonces tampoco es muy efectiva la verdad... digo, en términos para la Red. Si bien es verdad que por convenio el INCAA no tiene la obligación y todo lo que puede hacer sirve, antes que nada, pero bueno... en un momento logramos que el canal CINE AR, por ejemplo, cuando nos tocó compartir sugerencia, pusieran en algunas tandas del canal información de Espacios INCAA y demás. También logramos, a partir de ahí, que el festival de Mar del Plata, por ejemplo, el año pasado pasara un spot de Espacios INCAA y de las salas de las red y las pantallas del INCAA. Pero bueno, a veces parece loco ¿no? Que teniendo y estando dentro del propio INCAA no se pueda hacer un poco más al respecto, pero bueno, es así.

C: Bueno, uno de los objetivos del programa Espacios INCAA que vos recién lo mencionabas y yo lo ví en la resolución en internet, es esto es socializar el acceso al cine ¿no? Por ahí es medio obvia la pregunta pero ¿cómo crees que el cine de Unquillo contribuye con ese objetivo?

A: Bueno, en este sentido. Primero facilitando películas que son, por ahí, de difícil acceso porque no las vas a encontrar en otro lado porque no les van a programar las grandes cadenas. Obviamente, también a través del costo de la entrada porque, obviamente, todos los Espacios INCAA tienen una entrada que, te digo, es casi irrisoria. Porque ahora no sé cuánto estará en Unquillo pero estaban entre \$30, \$50 y \$60 lo cual no es ni siquiera un alfajor. Así que, bueno, eso en parte. Después también, por otro lado, siendo la única sala que hay en la ciudad. Si no existiera no habría ni siquiera la opción de poder ir a ver una película, así que en el caso particular de Unquillo, o sea, más allá de la entrada y todo, me parece que ese punto es muy relevante.

C: También en la resolución decía que se pensaban a la salas como emprendimientos culturales, comerciales, espacios sociales de esparcimiento y demás, entonces preguntarte si vos sentís -con lo que conocés de la sala de Unquillo- si es más bien una sala comercial, una sala cultural o un espacio de esparcimiento o si es una conjunción de esos aspectos.

A: Yo no estoy muy segura, yo no sé si la sala de Unquillo... a veces creo que tiene programación comercial pero no siempre ¿no?

C: Sí, o sea, en general -por lo que me dijeron y lo que conozco- la primera película, la primera función, suele ser una película de chicos, infantil, y comercial con otro precio de entrada y después, ya más a la noche, las pelis del INCAA.

A: OK, yo creo que es como un híbrido porque, bueno, también ya al tener programación privada y no sé tampoco cuánto se utiliza como multiespacio porque eso ya es netamente de la municipalidad, si la usan para festividades o celebraciones de fin de año, creo que es como un híbrido, me da la impresión, en ese sentido. Híbrido porque es una sala comercial, bueno siendo Espacio INCAA también es una sala comercial porque aunque sea módico el costo de la entrada, tiene un costo de entrada, así que también es comercial. Obviamente no es el mismo objetivo que la sala privada, digamos, pero sí me parece que en ese sentido no tiene una sola definición. Nosotros a la sala, desde el INCAA, la pensamos como un Espacio INCAA, pero si yo tengo que dar un paso atrás y ver la sala en su totalidad no puedo negar que tiene otras existencias también, entonces como tal es un espacio que es íntegro, o sea, no puedo solo basarme... obviamente nosotros como INCAA trabajamos lo que es la sala como Espacio INCAA, pero bueno, la realidad no es algo que yo decida, la realidad es que no sólo es un Espacio INCAA, es una sala que programa cine de forma privada, es una sala que además tiene otros usos comunitarios como hacer esto que te digo... o sea, sería como un poco necio negar que existe.

C: Volviendo un poco a esto de los objetivos, aparecen como objetivos del programa Espacios INCAA la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad, la promoción cultural y demás. Entonces, preguntarte ¿en qué sentido las salas, o específicamente la sala de Unquillo, contribuyen con estos objetivos? Digo, ¿cómo se materializan esos objetivos en el quehacer de la salas?

A: Mirá, lo principal, las salas funcionan muy bien, en este sentido, cuando exhiben películas que se han producido en el lugar, en la localidad o en la región. Por varias razones. Primero porque muchas veces la misma comunidad ha participado o tiene alguien que ha participado, está la persona que fue el realizador o la realizadora, o los integrantes del equipo están ahí entonces, obviamente, familiares, amigos y todos se involucran en la producción. Entonces, por ejemplo, en ese sentido cada vez que hemos exhibido películas que tienen que ver con la región, con la localidad, siempre funcionan muy

bien porque, bueno, también reflejan la identidad del lugar, digamos. Después, a nivel general, todo el cine nacional, en cada película, habla un poco de nosotros pero no es lo mismo porque, como digo, nosotros somos todos argentinos pero no es lo mismo alguien que vive en Jujuy que alguien que vive en Neuquén. Porque, bueno, no es el mismo clima, no es el mismo paisaje, no sé. Si bien es verdad que todas las películas hablan un poco de nosotros, no todos nos reflejamos con lo mismo en ese sentido. Por eso yo le pongo mucho énfasis a eso porque, además, también cuando se exhiben ese tipo de películas, es como que toda la comunidad se junta por esto mismo que te digo, porque quieren ir a ver, porque actúa Fulanito, o la hizo Menganito. Digo, todos se conocen. Eso es muy lindo cuando sucede. Bueno, ahí le damos mucha bola a eso fundamentalmente. Hoy en día, con tanta proliferación de contenidos americanos, darle un lugar al cine argentino no es menor ¿no? También pensando en los chicos, el único tema, y que me parece grave, que es un tema que venimos arrastrando hace bastante, es el tema de la producción infantil. Hay bastante poca y, bueno, eso hace también que no tengamos mucho contenido nacional para ofrecerles a los niños, que en realidad hoy son niños pero mañana van a ser adultos y, bueno, se van a haber criado, como todos nosotros, viendo Disney. Eso me parece un tema que habría que, no sé cómo, resolverlo de alguna manera. En esto de lo que es la identidad, bueno, Paka paka no tiene que ver, digo, es tele pero un poco está relacionado y, la verdad, que funcionó bárbaro. Después, lamentablemente, se dejó de hacer porque pasaron cosas pero, bueno, creo que, de alguna manera, fue una muestra de lo que se puede lograr y de la importancia, del valor y de la necesidad.

C: También preguntarte ¿en qué sentido creés que el cine de Unquillo, o también extrapolándolo a otras salas de Espacios INCAA, contribuye con la formación de espectadores? Como ¿cómo se piensa la formación de espectadores?, ¿más en un sentido crítico, estético, por el hábito de ir al cine?, ¿cómo se piensa esa formación?

A: Mirá, en un momento... tengo que ir hablando por momentos porque ha cambiado tanto, para mal, en los últimos años. En un momento nosotros teníamos, por ejemplo, actividades especiales donde iban a la sala representantes de las películas, entonces se llevaban a cabo ,después de las películas, conversatorios con los integrantes, director, actor. También, a veces, teníamos ciclos, podíamos armar ciclos. Entonces, todas las actividades yo creo que contribuyen de una u otra manera a crear los hábitos o a formar al público... o Masterclass o pasabamos, por ejemplo, también muestras de festivales que, por ahí, no tienen netamente que ver con la formación del público pero sí con esto de ofrecerles otros materiales e interesarlos por ese lado. Bueno, netamente con formación...yo creo que cuando uno tiene una acción sostenida, ahí recién se puede empezar hablar de formación. Porque también si hacés una vez una Masterclass y ya está, es muy difícil. La educación tiene que ver como cuando le enseñás a los niños a lavarse los dientes, es todos los días y, bueno, después uno aprende el hábito. Pero no es porque te lavas los dientes una vez, que todos los días te los vas a lavar. Entonces, en ese sentido, yo creo que todavía falta mucho en lo que tiene que ver con formación de audiencias, porque nos falta sostener eso y la verdad es que, en ese sentido, los cambios de gestión no ayudan porque parecen mojones en el medio de la ruta y no algo sostenido. Porque eso es tiempo y es continuidad. Por ejemplo, hay un programa del INCAA que espero que vuelva a reflotar, que tenía se llamaba Las Escuelas van al Cine y que, con sus pros y sus contras, proponía un poco eso... pasar películas para que los docentes trabajaran, con cuadernillos para los niños, que después las podían ver en la sala y, bueno, de esa manera se trabajaba en la formación. Y después, bueno, para los grandes es eso. Si vos, por ejemplo, podés acostumbrar -acostumbrar en ese sentido ¿no? De ir creando hábitos- a que haya cosas de manera continua, a que haya ciclos, a que haya referentes que puedan intercambiar sus opiniones con el público o que haya, cada tanto, Masterclass o distintas actividades sostenidas en el tiempo que contribuyan a eso. Yo creo que ahí todavía falta ajustar tuercas y lograr que sea algo sostenido.

C: Un poco ya lo hablamos pero ¿cómo creés que un cine de estas características, como el cine de Unquillo, contribuye con el desarrollo de la cultura local?

A: Primero pasando todo lo que tenga que ver con la producción local, eso como punto número uno. Me parece lo más importante porque es eso, verse a uno mismo reflejado, casi literalmente. En ese sentido, Córdoba tiene muchísima producción audiovisual, se volvió un polo súper interesante y grande. Entonces bueno, no digo que sea netamente de producción de Unquillo, aunque hay algunas que son de Unquillo, pero digo, ya con todo lo que es Córdoba, y la provincia en sí, tiene mucho más que ver con ellos que con nosotros. Porque también gran parte de la producción nacional, si bien cada vez menos, pero todavía sigue siendo de CABA. Entonces está buenísimo, pero hay muchas realidades que tienen que ver con aquí y no con allá. Allá me refiero a cualquier otra provincia del país. Entonces bueno, como



primer punto eso. Y, bueno, obviamente más allá de todo, creo que en ese sentido, más allá de que sea así, tiene más que ver, por lo menos, una película argentina con nosotros que una película de Hollywood en cuanto a temática y demás, más allá de las particularidades de cada lugar ¿no?

C: Bueno, ahora pasando un poco a la comparación, si se quiere, de los cines o de las salas, con estas cuestiones de la movilidad, Netflix, la compu, ver cine en el celular y demás. ¿Considerás que es una desventaja el hecho de que un cine ofrezca una programación en un momento, en un espacio físico determinado versus la posibilidad de autoservicio que ofrecen las plataformas, de construcción del propio espacio-tiempo en el que se consume la película?

A: Mirá, yo creo que el tiempo es el tiempo y uno tiene que adaptarse, porque decir “sí, es una desventaja o ventaja” sería como negarnos a que las cosas suceden. Y la verdad es que la vida sucede, los cambios suceden y lo único que uno puede hacer es adaptarse de la mejor manera posible y, en todo caso, utilizar eso como trampolín para evolucionar para otro lado. Y creo que así también avanzamos como sociedad, como humanidad. Sino sería anclarnos en algo que ... no hubiéramos salido de la bombita, no hubiéramos ni llegado. Entonces, qué sé yo, esos discursos de “el cine está muerto”, yo no creo sinceramente. Sí, a ver si me decís “está muerta la forma de distribuir y de exhibir como era en los ‘50 o en los ‘40 o en los ‘30 o antes incluso”, sí. Antes también los cines daban películas todo el día y entrabas a cualquier hora y eso también ha cambiado. Ahora, por ejemplo, está siendo el festival de Mar del Plata. Por toda esta cuestión no se pudo dar el tema presencial y vos podés entrar a ver las películas en tu casa y qué sé yo... me parece que está buenísimo también. O sea, hay como una cuestión romántica de la sala y, obviamente, está buenísimo y no es lo mismo. Porque claramente y gracias a Dios no son lo mismo. Está buenísimo ver una película en una sala e ir con alguien o incluso solo pero estar viéndola en comunidad y toda esa energía que se genera en ese lugar, y que pueda aparecer el director, la directora, los actores, y actrices o quien sea, y poder tener una conversación y que nos cuenten, y después de la película ir a algún lugar. Como evento social me parece que es fabuloso, está genial. Y cuando uno entra a una sala un poco como que se detiene el tiempo, porque no te suena el teléfono. De hecho en muchas salas no hay señal y te piden que apagues el celular, sabiendo que, hoy por hoy, esa es una proeza enorme y me parece que es increíble y está genial. Ahora, no por eso hay que decir que todo lo demás es una mierda. No, cada cosa tiene lo suyo. Incluso antes de la pandemia yo pensaba qué bueno sería, a nivel de lo federal, por ejemplo, hacer un taller. Porque si vos lo haces acá en Buenos Aires va a poder venir el que vive acá, porque para alguien que vive en La Rioja, no sólo es el costo de hacer el taller sino el costo del viaje, el alojamiento, la comida. O sea, un montón de costos asociados. Entonces, yo decía “¿por qué no se pueden dar talleres en forma presencial, para los que están acá, y con la posibilidad de hacerlos en forma remota para otros que estén en otro lado?”. ¿Por qué los otros no pueden escuchar o estar en una masterclass con Zaramella, por ejemplo? Aquellos que tienen ganas pero por ahí no tienen los recursos o el tiempo suficiente para hacerlo. Entonces, digo, en ese sentido, esto de la virtualidad me parece fabuloso. O, por ejemplo, en términos de comunicación y demás, en ese sentido a veces hay mucho romanticismo que está bueno, pero me parece que hay que separar las aguas y que nada es genial y lo otro es una mierda y viceversa. Todo funciona en la medida, primero en que no se abusen y se aniquilen cosas entre sí, y depende también de las necesidades, los recursos, los objetivos. Qué sé yo, no es mejor o peor. Si vos le preguntás al que no puede ir a Mar del Plata “¿qué es mejor: ver la película en el cine, que no la podés ver porque no podés ir, o verla desde tu casa?”. Y, va a preferir verla desde su casa a no verla. En ese sentido, me parece genial. No sé, creo que las salas tienen, más que nunca, que volverse estos lugares de encuentro donde el trabajo tiene que ir orientado a diferenciarse en vez de competir con eso, porque es ridículo. Sino, justamente, en buscar la manera de diferenciarse, de que sea otra cosa, que no puedas entrar en la comodidad de tu casa. Que sea una experiencia distinta, que te aporte cosas distintas. Por ejemplo, si ver una película en streaming te aporta que vos podés estar en tu casa, poner play y stop cuando se te cante y hacer 25 cosas a la vez, y por ahí ver contenido en forma gratuita, me parece fabuloso. O sea, ¿qué podemos, desde las salas, generar para que la gente tenga ganas de ir y le sea un aporte? Podemos generar encuentros, programar películas que no están o que no se pueden conseguir en las plataformas, o pasar una peli de música y que después haya un recital, no sé. Ser creativo, trabajar con la comunidad, involucrarlos. No sé. Y creo que eso es lo que tiene de interesante no? Porque sino seríamos una cosa estanca que ya está. Y también me parece que, justamente en un tiempo donde cada vez hay más ansiedad en lo virtual, en donde vos vas a una confitería y hay dos personas sentadas cada una en su celular y en las redes tenés un millón de amigos pero te pasa algo y no hay nadie, esas cosas que son como grandes contradicciones, me parece que a la vez, tener un lugar

donde uno pueda volver a conectar con lo físico, con lo concreto, me parece que va a ser muy necesario. Como las plazas ¿viste?

C: Vos justo recién mencionabas lo físico y, halando de la diferencia entre estar en tu casa viendo una peli desde una plataforma y estar compartiendo en un espacio a oscuras, donde hay una especie de ruptura con lo que pasa afuera, ¿qué lugar sentís que ocupa esto de la proximidad física, o de la copresencia de los cuerpos en el consumo de una película?

A: Y bueno, por ahí acá me voy mucho en lo metafísico. Hay una energía, una vibración. Claramente no es lo mismo verla solo. Porque desde una risa que puede aparecer... me pasa que cuando veo una película con gente, a diferencia de cuando la veo sola, el otro inevitablemente te provoca. Si fulano se esta riendo, o llora, o cualquier sensación que le provoque, aunque a vos no te parezca gracioso, te hace pensar por qué se ríe ¿no? Entonces, inevitablemente, ya de por sí, de alguna manera te interpela el hecho de lo que le pasa o no al otro. Y, por otro lado, también si a eso le sumamos que podemos contar con la presencia, aunque sea virtual... aprovechar estas virtualidades también ¿no? Porque, por ejemplo, estábamos hablando con las salsas y yo decía “¿qué pasa si pasamos la misma película en el espacio INCAA de Tilcara y después en el espacio INCAA de General Roca o San Martín de los Andes, la misma película en la misma hora, entonces tenemos los dos públicos y al final el realizador de la película se conecta y puede mantener una conversación y hacer un intercambio entre Tilcara, General Roca y Córdoba, ponelo?” Sería fantástico. Y, a la vez, estarán presente los públicos digamos, en la sala y eso sería un mix bastante interesante, habría que probarlo. O sea, aprovechar lo mejor que tiene la virtualidad y, bueno, pero para que eso sea posible tiene que estar la gente físicamente por lo menos en tres puntos. Pero, bueno, se me ocurría eso como uniendo un poco los dos mundos y lo mejor de cada uno. Pero, obviamente, no es lo mismo. Creo que tiene que ver con ese intercambio.

C: Con todo esto de la pandemia ¿cuáles fueron los impactos en los Espacios INCAA, más allá de la obiedad de que están cerrados y de que cuando vuelvan abrir va a tener que ser con un protocolo, menos gente y demás? Pero, digo, ¿hay otra modificación que sentís que se dió o que se va a dar cuando vuelvan a abrir la salas o sentís que va a volver a ser similar o igual a lo que era antes? A nivel cantidad de público o el comportamiento de las personas y demás.

A: Mirá, primero no sabemos cuándo va a volver abrir y eso es muy difícil de determinar. La experiencia de Europa justo volvieron a abrir en el verano de allá, entonces bueno, obviamente, te pasaste medio año encerrado o casi un año, probablemente lo primero que quieras hacer cuando puedas y haya sol no sea ir a encerrarte en la sala de cine ¿no? Pero bueno, igual eso es un hipotético porque fue lo que pasó en Europa y no sabemos lo que va pasar acá. Acá hay 60 salas y, si bien las 60 no están hoy presentes, para mí algo muy positivo que pasó a raíz de toda esta situación, es que un grupo importante de salas se unieron por fuera de lo que es el INCAA como institución. De hecho yo, por ejemplo, estaba de licencia, o sea que no estaba oficialmente trabajando para el INCAA pero siempre mantuve la conversación con las salas. Se unieron para, en primer lugar, intercambiar opiniones o sostenes y demás, eso fue como el primer impulso. Y después, resulta que empezamos a decir “bueno, y ¿qué hacemos?”. Y la verdad, lamentablemente, ante la falta de respuesta del propio INCAA ante la situación dijimos “bueno, no podemos seguir esperando algo que no sabemos qué, ¿qué hacemos?”. Y, la verdad, fue muy grato. Si bien, te digo, no son las 60 Salas pero es un grupo importante, empezar a pensar en actividades. Así surgió, por ejemplo, lo de los ciclos de los miércoles que, bueno, también en relación a lo que es formación de audiencia es genial porque hablábamos de eso. Bueno, son charlas con actores, actrices, directores y directoras de películas y también se han sumado, según las películas o las personas, otros referentes por ahí de otras áreas de la cultura. Bueno, empezamos con eso y después seguimos con las muestras federales por región. Antes también teníamos a fin de año una reunión de todas las salas que se juntaban en el festival de Mar del Plata y ahí intercambiaban, pero después también eso se dejó de hacer y ahora se vieron entre sí y, si bien ellos ya estaban en un grupo de Chat y se hablaban y se compartían, fue como algo genuino que surgió a partir de la pandemia y un trabajo conjunto fuera de “papá INCAA”. Que, si bien estaba yo y estaba mi compañero que también trabaja en el INCAA y otro compañero, no estábamos como agentes de INCAA, sino colaborando. Fue algo que se dió aparte y eso es la primera vez que se hizo. Y bueno, para mí, muestra un poder enorme, porque muestra eso, que si se organizan las cosas salen. Independientemente, obviamente, que no dejan de ser salas INCAA y demás y, obviamente, que con el INCAA atrás se supone que todo eso estaría potenciado ¿no? Pero bueno, creo que eso fue algo muy positivo que surgió.

C: Sí, los chicos del cine me lo habían comentado y estaban muy contentos con esa Red que se había armado, con ese vínculo.

A: Y, además, me parece que cuando está el Estado implicado o capital o nación, como que hay una actitud de estar esperando siempre que “nación” o “capital” o “el INCAA” o “el Estado” te de o te guíe o te marque. Y lo que me pareció lo más genial, es que hubo un corrimiento de eso, entonces fue “bueno, basta. No vamos a esperar al INCAA”. Como diciendo “arranquemos y veamos qué pasa”. Y, para mí, solo ese hecho valió la pena todo. Porque es un cambio de actitud y además de ser un cambio de actitud es una prueba de que hay otras maneras y que se puede y creo que eso es una enseñanza enorme, de por vida, digamos, más allá de lo concreto que se haya hecho o dejado de hacer. Creo que eso sólo ya es un montón y que valió la pena porque eso es poder.

C: Para finalizar me gustaría preguntarte, obviamente desde la incertidumbre y haciendo hipótesis a futuro porque nadie tiene la verdad, cuando se retome la actividad de la salas- sacando el protocolo y sacando la parte sanitaria- si sentís que van a haber modificaciones y también preguntarte ¿cuáles sentís que van a ser esos caballitos de batalla o esa particularidad o singularidad que los Espacios INCAA puedan decir “bueno, esto nos va a servir un montón para volver a atraer a la gente o para que la gente, después de toda esta situación, nos siga eligiendo o nos vuelva elegir?”-

A: Bueno, si no hay cambios sería muy triste porque haber pasado semejante situación y seguir igual sería triste realmente. Quiero decir, si no podemos aprender nada de todo esto, no valió la pena y si no valió la pena, que triste. Entonces, sí, yo espero que haya cambios. Como te digo, la verdad nosotros presentamos una propuesta, en programación netamente, contemplando varios cambios para lo que es el funcionamiento de la programación y del trabajo de Espacios INCAA que, a mi gusto, lo volvería más federal. Y me parece que está bueno, justamente como valorizando todo esto que sucedió que son, por ejemplo, el trabajo en comisiones. Tener una comisión permanente donde se puedan debatir títulos, películas, actividades. Digamos, tener un diálogo permanente y donde los espacios también tengan más poder en la toma de decisiones, de cómo gestionar sus salas. Porque la realidad es que ellos son los que mejor saben, porque son los que están ahí, como funcionan sus plazas, digamos. Si bien nosotros siempre tratamos de darles el lugar, la verdad, es que me parece que así tendría más sentido. Bueno en ese sentido espero que sí, que hayan cambios y, obviamente, no es algo que vayamos a decir nosotros. Lo pusimos en consideración de la gestión y lo tendrán que decidir ellos, a ver qué les parece. Eso es lo que tiene que ver con el funcionamiento de nosotros como Espacios INCAA y a nivel de las salas, yo vuelvo a insistir con esto: me parece que, más que nunca, hoy tienen que ser lugares de encuentro que es lo que hemos perdido y creo que es lo que todos extrañamos y creo que es lo que le interesaría a la mayoría como diferencial. Y sobre todo creo que el trabajo comunitario, justamente por eso necesitamos que cada responsable de sala tome las riendas de eso porque ellos están ahí, ellos conocen a su comunidad o ellos pueden dialogar con su comunidad y saber qué es lo que la comunidad quiere, qué es lo que necesita, hacia dónde ir, digamos. Más que nunca tenemos que lograr que la comunidad se sienta reflejada y que quiera ir y que sienta que ese lugar como suyo, como lugar de pertenencia y que quiere estar ahí y que se vincule porque lo siente propio y porque le interesa lo que está pasando. Porque, claro, si dan una película que no te interesa, ni te enterás, me parece eso... que más que nunca es eso es lo que tenemos que fortalecer, que es lo que hoy no tenemos y muchos extrañan. Ojalá podamos arrancar en el verano, por ahí no dentro de la sala, sino afuera, pero está creando este sentido porque, después, la sala es por poner un lugar. Pero bueno, creo que el espíritu tiene que ser ese.

C: Bien, buenísimo. Ya te pregunté todo lo que necesitaba, mil gracias.

A: Gracias a vos, disculpa por las idas y venidas. Cualquier cosa que necesites y te podamos dar una mano avisanos.

C: Bueno, no te robo mas tiempo Ana. Muchas gracias de nuevo.

A: Beso grande, ojalá te sirva y éxitos con la tesis.

C: Chau, chau.

## **8. Entrevista Lucas Vaimbrand: coordinador Regional de Programación de Espacios INCAA**

**11/11/2020 - 15 hs. Entrevista virtual vía Zoom**

C: Hola Lucas

L: Hola ¿Cómo andás Clara?

C: ¿Todo bien?

L: Todo bien.

C: Bueno, gracias, primero y principal por estar acá, por tu tiempo. Bueno, yo lo que estoy haciendo, que un poco te conté el otro día, tiene que ver con que yo nací en Buenos Aires pero me fui a vivir a Unquillo cuando tenía 13 años, viví ahí mucho tiempo y justo este año me volví a Buenos Aires con la idea de ir y venir para poder seguir con la tesis, que obviamente no sucedió. La estoy haciendo desde acá.

L: ¿Estás haciendo la carrera acá o en Córdoba?

C: Yo estudié en Córdoba. Terminé de cursar hace un tiempo y a finales del año pasado empecé a pensar en este tema de investigación. Si bien no soy super cinéfila, de ir todo el tiempo al cine, el cine de Unquillo siempre me pareció una institución muy valiosa y lo que me interesa trabajar es el rol sociocultural del cine de Unquillo en la comunidad ante las nuevas formas de consumo audiovisual, que vienen siendo una tendencia cada vez más instalada. Bueno, este año con la pandemia el cine cerró y era una realidad que yo sentía que no podía escapar al trabajo final. Pensaba “sí yo estoy haciendo mi tesis en el 2020, esto tiene que estar”, entonces bueno, intenté reorientar el tema pensando cómo el cine de Unquillo, además de “sobrevivir” frente a estos nuevos de consumo audiovisual, ahora además, tiene que enfrentarse a una pandemia y a un montón de prácticas sociales que se vieron modificadas ¿no? Entonces, va un poco por ahí.

L: Sí, totalmente de acuerdo. Uno de los debates que tenemos en diferentes ámbitos es la profundización de los cambios de consumos culturales dentro del audiovisual. Por ahí no pasa tanto en otros sectores porque volvemos a ciertos espacios de eventos musicales, teatrales, pero en el caso del audiovisual sí me parece que eso se fue profundizando forzosamente. Habría que ver... bueno, obviamente es la gran incógnita, qué es lo que va a suceder con el público que ya asistía a las salas en general, a los Espacios INCAA, si va a volver a esos espacios. Tenemos hipótesis dentro del programa. Seguramente lo que pase es que parte de ese público vuelva, otro ponga un poquito más de resistencia por miedo a que suceda algo negativo y que después vuelva la totalidad de ese público habitual. En general, en los Espacios INCAA, muchas veces pasa que es un público pequeño el habitual, salvo en algunos casos de películas que son muy grandes y que, a veces, asiste público que no va habitualmente. Pero tomando en cuenta el público construido, casi te diría militante, que va a Espacios INCAA, seguramente sea ese el proceso que suceda. Más allá de que es una hipótesis, y que después habría que comprobarlo y analizarlo, pensamos eso junto a los responsables de las salas.

C: Claro, si bien sé que la experiencia te va dando indicadores, se también que muchas de las cuestiones que yo voy a poner sobre la mesa van a ser opiniones futuro, hipótesis y bueno, es eso de lo que nos podemos valer hoy en día.

L: Totalmente. Tomamos casos de otros países, principalmente de Europa, que culturalmente hay muchas cosas que no tiene nada que ver con nuestro país, y vemos cuál fue el proceso de vuelta a las salas de cine. Proceso que, en muchos casos, son salas privadas con contenido mucho más comercial, que no es el contenido que nosotros pasamos en los Espacios INCAA habitualmente. Por eso digo, es una incógnita realmente cómo va a responder el público que habitualmente iba a los Espacios INCAA. Ni hablar del que no iba. Siempre hay que construir, uno no puede quedarse asistente sino crear públicos potenciales que obviamente están ligados a los contenidos. Digo, es una opinión personal que la debatimos mucho en el programa, pero creo que nadie se acerca a ver cualquier cosa. Creo que el público va a buscar temas específicos vinculados a películas, puede ser porque el director sea conocido, porque busca un género en especial, porque sea una temática regionalmente interesante... digo, hay una variedad de opciones de por qué el público puede acercarse. No creemos que haya un público igual en cada sala, sino en la diversidad de públicos que asisten a las salas.

C: Sí, ni hablar. Yo estuve hablando con Ronald, el director de la sala de Unquillo, y él un poco me contaba que ellos ya conocen a la gente del pueblo y ya, más o menos, se dan una idea de qué personas van a ver qué películas y, como hay un vínculo bastante directo con el público, se van conociendo.

L: Claro, claro.

C: Bueno, yo tengo una guía de preguntas acá pero la idea es que vayamos charlando y vos me puedas contar lo que vaya surgiendo.

L: Obvio, sí, sí.

C: Bueno, teniendo en cuenta que el cine de Unquillo es un cine histórico del pueblo que está hace mucho tiempo, y que hoy en día trabaja como cine municipal y Espacio INCAA ¿cuáles creés vos que son sus principales objetivos o metas?

L: A ver, yo creo que lo que pasa con muchas salas es que su primer objetivo es recuperar la sala como un espacio social, que es algo que ha sucedido en la apertura de la mayoría de los Espacios INCAA. Después también había una vinculación de parte del sector de quienes proponían abrir la sala de cine en que se pase cine argentino, cine nacional. Las metas, por ahí, a veces caen en la mayor convocatoria de público y creo que ahí hay una cuenta pendiente, no solo del Espacio INCAA de Unquillo, sino que es algo general que lo venimos debatiendo, sobre profundizar los objetivos del programa en sí, que implica los objetivos de las salas también. Hay una realidad que nos sucede, y es un reflejo de los que nos pasó en varias gestiones de diferentes salas, que Unquillo tuvo varios cambios de gestión. Cuando ingresé a Espacios INCAA había una gestión que se estaba yendo y después de esa gestión pasaron dos personas más hasta llegar a Ronald. Yo siento que, por ahí, en algunos temas no hubo una continuidad en esa gestión. Y eso, en un punto, está implicado en el tema de depender de un organismo público. sucede mucho en el Estado nacional, digamos. nosotros somos un equipo, por ejemplo, que está constituido y formalizado hace dos o tres años pero del 2009 a la fecha tuvo varios cambios en los programadores. Eso significa generar nuevamente lazos, relaciones, entenderte con un otro, entender la mirada que tiene la otra persona, y esos son procesos. A mí me pasó que justo cuando Ronald asumió como responsable de la sala, yo empecé a estar como programador de la sala, pero tuve otros casos en los que venían con una gestión que ya estaba bastante aceptada y por cambios, a veces políticos, cambian los responsables de los Espacios y hay que empezar de cero, digamos, toda la dinámica de operatividad-gestión. Y eso implica también saber qué quiere la persona, si bien hay algo que está mucho más arriba que es el objetivo de un programa y que es el objetivo del Espacio y de la comunidad, pero si tenés que saber qué le pasa a esa persona que está del otro lado. Que además está en el territorio, que es más importante que nosotros, en sí. Porque nosotros somos programadores, pero la información que nos sirve es de los que están en el territorio, de lo que le pide la comunidad, de lo que sucede en la comunidad y lo que sucede políticamente en la gestión local. Digamos, nos ha sucedido que muchas veces, por ahí, ciertas programaciones generaban ciertos conflictos con la gestión local. Hablo en general, no de Unquillo en sí, pero eso significa tener que repensar que el lo que pasa en la comunidad constantemente.

C: Claro. Y de un cine de estas características ¿cuáles pensás que son las mayores fortalezas y las mayores debilidades o amenazas?

L: A ver, como fortaleza, es el único espacio que garantiza la exhibición de cine argentino que es la representatividad que tenemos nosotros como sociedad. Por otro lado, los cines como el de Unquillo, que pasa también en otros Espacios INCAA, tienen una carga simbólica muy fuerte en la comunidad porque representa para muchos de ellos un patrimonio cultural material e inmaterial a su vez. y eso implica, a veces, hasta anécdotas de sus padres, abuelos, que iban a ese espacio de cine y que era una práctica social habitual en otras épocas. Creo que como debilidad, una es la “competencia” con las nuevas formas de consumo cultural. Y también yo creo que una de las debilidades, que es el reflejo de muchas salas, y del programa en sí, tiene que ver con pensar más territorialmente la programación, sobre lo que necesita la comunidad, para que la comunidad se acerque a la sala. Porque muchas veces se cae en: “ el público no viene a tal película” o “el público no viene a la sala”. A veces hay limitaciones. Por ejemplo, una debilidad puede ser también que hasta hace poco tiempo la sala no tenía calefacción, pusieron calefacción creo que hace dos años, y eso es una cuestión negativa. Eso puede ser una cuestión que le juegue en contra, pero no creo que sea lo único. Creo que principalmente lo importante es qué necesita la comunidad, a nivel audiovisual, para que se acerque a la sala y creo que eso es una debilidad. La falta de análisis territorial. Creo que es una falencia del Instituto, porque es el que lleva el programa adelante.

C: Claro ¿Cuál es la relación que tiene el cine de Unquillo con el INCAA?

L: Ellos tienen un convenio. Todas las salas que se adhieren al programa Espacios INCAA firman un convenio donde se detallan cuestiones legales administrativas que implica la responsabilidad del INCAA, la responsabilidad de la sala, la fijación de días y horarios de exhibición por Espacio INCAA y hace aclaraciones sobre derechos y obligaciones de la sala. Derechos en el sentido de que la sala no tiene que dedicar toda la programación a Espacio INCAA, solamente tiene que cumplir con lo que firma en relación a días y horarios. O sea, el resto de días y horarios puede generar otras actividades. Que, para mí, bienvenido sea, porque tiene que ver con el reflejo de lo que necesita la comunidad. El convenio pasa más por lo legal y yo creo que le faltan cosas, que más allá de que esté escrito en un papel, sirve como precedente y le da fuerza a otras necesidades que tiene un programa cultural. Que tiene, además, un espacio cultural porque cuando hablamos de salas de cine hablamos de espacios culturales también. Yo no son solo salas de cine, porque la mayoría de los espacios tienen muchísimo eventos culturales. Pasan desde artes escénicas, música, cine y actividades escolares. Esa es la relación en sí que tiene la sala con el INCAA. También hay otros programas que, por ahí, están fuera del convenio pero se renuevan de palabra, como el programa “La Escuela va al Cine”, donde se realizan funciones fuera del horario de Espacio INCAA para chicos de escuelas primarias y secundarias, para que se acerquen a la sala. Tiene que ver con un programa de formación de espectadores. Y eso es algo pendiente del INCAA, que tiene que poder profundizarlo. En un momento se había empezado, se paralizó, se retomó. Ahora está paralizado, obviamente por el tema de la pandemia, pero es un programa que tiene que tener una constancia porque si se interrumpe, es muy difícil que las próximas generaciones primero, se acerquen al cine al argentino sea por el medio que sea, y segundo, se acerquen a una sala de cine. Y bueno, las otras vinculaciones no tienen tanto que ver con cuestiones legales, sino ya con compromisos de los actores que están frente a la sala. Yo siempre digo que es muy importante el gestor o la gestora que está en el espacio, porque ahí se nota la diferencia. No por la cantidad de público que va a una sala, sino por lo que se puede reflejar en la programación, en la participación, en las devoluciones, en lo que le pasa a la comunidad con el cine y con las cosas que se exhiben.

C: Y en esa relación no tan legal, como decías, sino más bien en la práctica, en la cotidianeidad ¿hablan diariamente? ¿Unquillo les pide películas o ustedes les ofrecen las que tienen en cartelera? Por ejemplo, ahora se que en pandemia se fortaleció esta Red Federal de Espacios INCAA que se están dando contención y pensando cosas juntos y demás.

L: Mirá, esto es muy interesante porque la pandemia lo que hizo, y los últimos cuatro años de gestión que fueron muy desastrosos, fue hacer que los Espacios INCAA como organización, como si fuera una organización de base, empiecen a contactarse entre ellos más profundamente y planteen las problemáticas que venían teniendo que son problemáticas que, muchas veces, han planteado años atrás pero con otro nivel de organización. Ahora es mucho más fuerte, se generaron vínculos mucho más fuertes y eso generó que ellos mismos, más allá de cada uno es un Espacio INCAA, genere propuestas. Una de las propuestas fue estas charlas con directores, actores, actrices. Fue una iniciativa de ellos y para mí es muy bueno que haya surgido eso porque muchas veces parecía que el Instituto era el que bajaba la programación, bajaba los contenidos, más allá de la participación de cada sala. Lo que pasa, en el caso de Unquillo, es que Ronald me pide ciertos títulos porque se lo pide la comunidad. A veces, otras salas tienen una participación mucho más activa, casi constante y otras salas que no, que somos nosotros que tenemos que generar esos contenidos y no hay una devolución de lo que pasa. La única devolución que podemos ver son las cifras, que solo son estadísticas. Una estadística puede marcar un montón de cosas. Por ahí, en una película no hubo espectadores porque hubo un evento local, entonces la comunidad estuvo en ese evento local, u otra posibilidad puede ser que no le interesó la película, no le interesó la temática, o no era para esa comunidad. Por eso es tan importante el rol del gestor o la gestora. En el caso de Unquillo, que pasa un poco como Villa María, aunque creo que Villa María tiene una construcción mucho más fuerte en la comunidad todavía, es que el cine de Córdoba, o la producción del cine de Córdoba, viene creciendo y eso se refleja no solamente en la programación, sino en la convocatoria de público y en las experiencias que se generan con el público. Por la devolución que nos hacen Ronald o Irma de Villa María, de las cosas que suceden que registran ellos mismos. Nosotros como equipo, más allá de que Ana es Jefa de Programación, estamos divididos por regiones. En mi caso yo programo la zona de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fé, y está también la región Patagonia y la Región Norte. Pero todo el equipo arma en conjunto una programación con las devoluciones que nos van haciendo los responsables y las responsables de los Espacios INCAA sumado a las estadísticas que analizamos. Hacemos generalmente la programación con un mes de anticipación porque trabajamos

mucho con el calendario de estrenos. Las películas, generalmente, tienen cierta fecha de estreno que a veces se puede modificar, y lo que hacemos después de tener, más o menos, aceptada esa programación es enviar la propuesta a las salas. Como te decía antes, hay salas que dicen automáticamente que sí, que les interesa la propuesta, otras que te hacen la contrapropuesta y te discuten. Y eso para mí en lo que enriquece realmente, que te discutan la programación, que no parezca algo que se baja desde Buenos Aires - que es algo muy discutido y muy debatido también en los ámbitos institucionales-culturales. Y las personas que trabajan en el Ministerio de Cultura actualmente, y que varios de ellos y ellas trabajaron hasta el 2015 hicieron autocrítica de varios programas que se lanzaron a nivel nacional, como por ejemplo, el programa Punto de Cultura, que en su momento hacía exhibiciones de algún artista en Piedra Buena, por ejemplo, y no iba nadie. Ahí el error era no saber qué quería la comunidad de Piedra Buena. Entonces me parece que hay algo que entró fuertemente en debate sobre la necesidad de conexión con las comunidades, la necesidad del trabajo con la municipalidad de cada comunidad, que es importante. Y no que sea algo que salga de Buenos Aires con la mirada de un federalismo que pensamos nosotros. Porque nuestra experiencia tiene que ver con nuestra comunidad. Y lo que pasa en Buenos Aires, que también decir eso es una generalidad, no es lo mismo que pasa en otros lugares. Ni siquiera hablo de provincias, sino por ejemplo dentro de Unquillo, dentro de Villa María, y dentro de eso tenes una diversidad de cosas. Por eso es tan importante el trabajo y la devolución de los responsables de cada comunidad dentro del audiovisual.

C: Sí, retomando lo que mencionabas de las estadísticas ¿cómo funciona eso? ¿Ustedes llevan las estadísticas o tienen un sistema para que las puedan llevar ellos?

L: Mirá, por obligación, cualquier sala de cine comercial tiene que hacer una declaración jurada diaria al área de fiscalización del INCAA donde declara los espectadores por valor de entrada. Entonces hay una persona que está a cargo de tener esa información que la saca de la página de fiscalización, tiene un usuario. Entonces, a partir de eso, cargamos la información en una planilla que tenemos nosotros y nosotras, y ahí analizamos las estadísticas. También hay un sistema privado, que no sería lo ideal, pero es mucho más eficiente todavía, donde las salas cargan también las estadísticas. Porque es un lugar donde los distribuidores de cine sacan información y les sirve para saber cómo le fue a la película, si tiene continuidad o no, si arrancó con sus expectativas. Porque, obviamente, muchas de las películas estrenadas tienen objetivos comerciales, porque hablamos de industrias culturales justamente y nos manejamos con eso. Ahora, vuelvo a repetir, son estadísticas. Pueden marcar un montón de cosas de por qué sucede algo.

C: Claro, ¿y esas estadísticas son generales para todas las salas? ¿hay números específicos de Espacios INCAA?

L: Tenés las dos. Tenés lo que exhiben ellos en sala comercial y lo que exhiben por Espacio INCAA. O sea, si, por ejemplo, *La Odisea de los Giles* fue por Espacio INCAA, sabemos cuántos espectadores fueron tal día en tal función.

C: Ok, y ¿están los datos para saber en la sala de Unquillo cuántos espectadores fueron anualmente, o mensualmente, semestralmente, etc?

L: Sí, hay una persona que los tiene. Fue así, en el 2018 hubo un cambio y estaba la persona que llevaba esas estadísticas. Nos están faltando las del año pasado, pero hasta el 2018 estaban. Nosotros principalmente hacemos un seguimiento semanal, entonces eso nos sirve de guía para saber, en relación a la convocatoria de público, cómo está respondiendo con cada película o con cada temática. Y lo comparamos también con el cine comercial, porque por ejemplo Unquillo, que pasa cine comercial también, si vemos muchísima diferencia de espectadores entre la convocatoria de lo comercial y lo del Espacio INCAA, bueno, ahí analizamos más profundamente a ver qué sucede. Nos ha pasado con salas de tener cero espectadores en el Espacio INCAA y tener 1700 en una película comercial. Y vos decís “bueno, está bien. Es una película comercial con mucha comunicación detrás, con un peso muy fuerte porque es de distribuidora internacional, etc, etc”. pero bueno, ese cero te llama la atención. Te preguntás si exhibieron la película o no la exhibieron. Bueno, ahí empezás a hacer un montón de preguntas y ahí empieza el trabajo de averiguar y llamas al o a la responsable de sala para tener una devolución de lo que sucede.

C: Claro, y relacionado esto con lo que hablábamos al principio, ¿se tiene algún estimativo o se piensa en algún número para el 2021? Digo, comparando con el pueblo del 2019 ¿sentís que va a haber más gente yendo al cine? Cuando reabran los cines bajo protocolo, y demás ¿sentís que la gente va a tener

más ganas de ir que antes, se va a mantener más o menos igual, o va a ir menos gente por estas cuestiones de miedos, ansiedad social, sanitaria o lo que sea?

L: Yo creo que hay muchas variables a tener en cuenta. Una es lo que hablamos antes de cómo van a reaccionar las personas ante una posibilidad de volver al cine. Otra cosa es la oferta. Los años que nosotros sentimos diferencia de público tuvieron que ver con las dos o tres películas más grandes argentinas. Por ejemplo, cuando se estrenó *Relatos Salvajes* o también *El Secreto de sus Ojos* marcó mucha diferencia en las estadísticas de los Espacios INCAA, pero en sí, si vos empezás a analizar más profundamente lo que refleja, justamente es eso. Películas muy grandes que a nivel nacional, tanto en comercial como en Espacio INCAA, llevó mucho público, en Espacio INCAA se siguió esa tendencia. Entonces, este año por ejemplo, había dos películas que tenían muchas posibilidad de llevar muchos espectadores. Bueno, una lo logró en un punto. *Corazón Loco*, la película que no se estrenó de Suar - y Suar es una figura pública, un actor, que más allá de lo que nos pase a cada uno con las películas que hace o el papel que hace, convoca mucho público. Creo que los Espacios INCAA tenían mucha expectativa con programar esa película. Otra fue *El Robo del Siglo* que convocó mucho público en algunos Espacios INCAA, pero justo se dió que había otros espacios que habían estado en receso durante el verano y empezaron a abrir en Marzo, o sea, algunos llegaron y otros no llegaron a pasar la película porque los agarró la decisión del aislamiento social, entonces se suspendieron las funciones de cine. Eran las dos películas con mayor expectativa de convocatoria de público. Pero lo que determina, en los últimos años, la cantidad de público, son esas dos o tres películas que a nivel comercial también convocan muchísimo público. La expectativa del 2021 es de mucha incertidumbre porque hay muchos rodajes parados que no sabemos cuándo se van a estrenar esas películas. Hay varias películas que decidieron estrenar por CINE AR para cobrar la última cuota de subsidio y no sabemos si van a querer después también pasar por Espacios INCAA, no tienen la obligación tampoco. Igual, en general son películas que en los Espacios INCAA no son de mucha cantidad de público, pero sí me parece interesante que igual muchas de ellas estén. Pero bueno, va a depender mucho del calendario de estrenos del 2021. Tampoco sé cuáles van a ser las estrategias comerciales de esas películas. Quizás algunas no quieran esperar el segundo semestre, otras sí porque no saben qué va a suceder y quizás hacen un lanzamiento comercial muy grande y la película no se pueda estrenar. Digo, hay muchas variables a tener en cuenta.

C: ¿De qué manera contribuye el INCAA o el programa Espacios INCAA en las estrategias comunicacionales o publicitarias de las películas que se pasan en la sala de Unquillo?

L: La estrategia de comunicación de los últimos años de Espacios INCAA, para todas las salas, tuvo que ver con las redes sociales y, en un momento, se hizo un trabajo a través del canal de CINE AR, con los públicos de cada sala, para dar a conocer la existencia de los Espacios INCAA. Me acuerdo de una publicidad que decía “¿Sabés que en Unquillo hay un Espacio INCAA y está en tal lugar?”. Bueno, esa fue la estrategia. Lo que pasa con las redes sociales del INCAA son consumidas en su mayoría, en un 80%, por gente que vive en Buenos Aires. Eso implica que son espectadores del Gaumont o salas alrededor del Gaumont que pueden ser del Gran Buenos Aires. Después sigue Córdoba en un porcentaje muy chico y Rosario. Ahora, eso es un problema porque quiere decir que los canales de comunicación institucionales no están llegando a la comunidad de cada Espacio INCAA. Entonces, la comunidad se entera por la red propia de la Municipalidad o el Facebook e Instagram de la Sala. O sea, en ese caso depende de la comunicación y difusión que puede hacer localmente la sala. Eso es una falencia del Instituto hace muchísimos años. Pasa, en general, con las películas argentinas, que lo que se critica dentro del plan de fomento, se piensa en la producción y no se piensa en el momento de la exhibición sea por el medio que sea y no se piensa una exhibición territorial también. Porque el canal, entiendo que por cuestiones técnicas, es muy difícil de dividir territorialmente, al igual que la plataforma, pero en la sala de cine claramente es una cuestión territorial. Falta una política, realmente en serio, de comunicación con los territorios pero eso es un problema y una falencia histórica del Instituto que se aboca más a las cuestiones de financiamiento para la producción, dejando de lado la parte de la exhibición. La comunicación en general de las películas, como la mayoría de las producciones son de Buenos Aires, apuntan a Buenos Aires, a lo sumo pueden apuntar a salas de Córdoba Capital, de Mendoza, de Rosario y ahí termina. Salvo, te repito, las tres películas más grandes que se exhiben de las 200 que se estrenan por año, que tienen productores muy grandes, distribuidores internacionales y que claramente tienen una estrategia puramente comercial y tienen objetivos de ganancia. Ellos sí tienen planes de comunicación apuntados a lo que quieren, tienen los objetivos muy claros. Yo he participado del lanzamiento de *Camino Sinuoso* en el 2018 y los planes y estrategias comunicacionales eran claros



para el objetivo que era convocar la mayor cantidad de público en la primera semana, porque sabían que la película a partir de la segunda semana no iba a funcionar. O sea, era clarísimo eso y pasó eso. Uno de los objetivos que creo que tienen que ser a corto plazo del Instituto, vinculado a los Espacios INCAA, es cambiar las estrategias de comunicación.

C: ¿Cómo creés que salas de estas características fidelizan a su público, más allá de las estrategias de comunicación?

L: Mirá, las estrategias son diversas. Lo que la mayoría hace es trabajar las redes sociales. Ahora, no todo el público que va a la sala, por la devolución que nos hacen los Espacios, se enteran a través de las redes sociales. A veces es el boca en boca, a veces es porque hay salas que imprimen una gacetilla, un folleto, porque tienen algún convenio con una radio local o lo que sea. Es casi un trabajo de militancia de la sala y ahí es donde se ve la diferencia de las gestiones. Yo pongo el caso de Villa María, justamente, siempre porque la responsable está hace años, es una militante, tiene conexión con muchas organizaciones locales y, a su vez, las organizaciones difunden las actividades. Porque hacer una programación vinculada a las necesidades de la comunidad significa que también la comunidad misma difunda esa programación, cosa que a veces no pasa en otros Espacios INCAA, y ahí se ve la diferencia de gestión. Porque a veces uno programa una película, en este caso en Villa María, y puede pasar que la misma película esté en otra sala y en Villa María vayan 100 espectadores y en la otra sala vayan cero. Creo que el trabajo territorial no solamente implica la convocatoria, sino que implica la comunicación, las estrategias, etc. Yo creo que totalmente el trabajo es territorial. El INCAA tendría que, a lo sumo, ser un articulador entre los distribuidores, representantes de las películas, productores, los directores, directoras y los Espacios INCAA. Pero el real trabajo lo tiene el responsable o la responsable local. También hay un tema dentro del cine argentino, porque hay muy poca programación de infantiles. Entonces tienen que caer, para llamarlo de alguna manera, en una programación -más allá de que no les guste- comercial totalmente para traer al público más chico. Y eso implica llevar a la familia y ahí los adultos ven que hay otra programación para ellos también después y es una forma que encontraron muchos Espacios INCAA de convocar más público o, por lo menos, difundir un poco más las películas. Porque una de las cosas que se confunde mucho es la comunicación y la convocatoria. Y la comunicación no significa la convocatoria de público, significa que la gente se entere que existe la película y que el Espacio va a pasar eso. Ahora, después tenés que trabajar para que la gente vaya al cine que es otra etapa. Porque muchas veces se cae en las discusiones sobre que las películas no tienen difusión y es verdad y es una problemática. Ahora, eso no te garantiza la convocatoria de público.

C: Uno de los objetivos del programa es socializar el acceso al cine. Con respecto a eso ¿cómo sentís o cómo creés que contribuye el cine de Unquillo con ese objetivo?

L: Por un lado, lo que históricamente tuvieron los Espacios INCAA, que en un momento era de forma gratuita y después se modificó para que fuera comercial, fue una entrada a bajo costo, cosa que el cine de Unquillo lo mantiene. Hay salas que, por ahí, por necesidad de gestión- porque más allá de que la mayoría de las salas dependen de municipios, también hay una realidad presupuestaria- para mantener la sala necesitan recaudar. Por eso también muchas de las salas eligen el cine comercial, más allá de la decisión de la comunidad de que quieren ver otros contenidos, para generar ingresos y poder mantener ese espacio. Lo que tiene la sala de Unquillo es que mantiene esa accesibilidad a nivel monetario que muchas veces en tiempos de crisis, y más en este tiempo de pandemia y lo que va a ser seguramente prontamente en el futuro, no se en cuantos meses la reapertura de la sala, va a ser algo a tener en cuenta por el público. Tengamos en cuenta que hay personas que se quedaron sin trabajo o personas que sí tienen trabajo pero no pueden pagar una entrada o movilizarse también a un lugar. Porque eso pasa mucho. Digo, uno está en Buenos Aires y se toma el subte o el colectivo y llega a una sala de cine. Hay gente que capaz que tiene que ir en auto, porque creo que la sala más cercana es en Villa Allende. Eso significa un costo mayor. Me parece que genera la accesibilidad. Y también algo que se genera dentro del Espacio INCAA, que en los últimos años un poco se perdió pero la idea es retomarlo, es que el público puede interactuar con actores, actrices, directores, directoras y mismo con gente de la comunidad vinculada a la película que se está exhibiendo. Depende, obviamente, de cada película. Hay películas que, por ahí, potencia mucho más que vaya uno de los protagonistas, hay otras que va el director y otras en las que alguien de la comunidad presenta la película. Esas son también estrategias de convocatoria de público. Creo que eso no lo genera una sala privada, salvo las salas privadas que apuntan a un cine no comercial, sino un cine independiente, por ejemplo El Cairo de Rosario, el Hugo del carril en Córdoba, salas que

tratan de generar otra cosa, no solamente con la exhibición, sino por los eventos que se generan en relación a la película.

C: ¿Y esos encuentros los organiza o los propone el INCAA? ¿Cómo es la coordinación? ¿son frecuentes o son esporádicos?

L: Justamente en los últimos años hubo por lo menos 1 año y medio que no se hizo ninguna actividad. Después se retomó con un criterio que yo no estaba de acuerdo, que tenía que ver con según como estaba funcionando cada sala, se veía qué sala necesitaba generar una actividad para aumentar cantidad de espectadores, con una visión de cuestión estadística -que creo que no puede ser la única. Y sí, lo que pasó con las actividades es que a veces eran propuestas del programa y a veces eran propuestas por las salas. ¿Qué pasa? En las actividades a veces es difícil que un actor o una actriz pueda viajar porque tiene otras actividades. Porque, por ahí, cuando se presenta la película pasó un año desde que se filmó, o más, entonces el actor o la actriz está en otro rodaje o en una obra de teatro o en una serie. Hay una persona que es responsable de eso dentro del programa y que muchas veces se le dificulta conseguir actores o directores y, por ahí, la película que se presenta con un actor o una actriz no está tan vinculada con las necesidades de esa comunidad. Ha pasado de viajar y que la presentación sea con 20 personas y en la misma sala, otra película con un director que, por ahí no es tan conocido, por la temática, después van 100 personas. Entonces también hay que analizar bien qué es lo que conviene hacer. Si hacer actividades simplemente por hacerlas o ver puntualmente en cada caso, en cada sala, qué es lo que conviene hacer. Qué actividad proponer o ver si la actividad que propone la sala -que en ese caso sería lo ideal, porque si no se da una opinión territorial fuera del territorio- a lo sumo, es viable o no en el sentido de si puede viajar esa persona o no para hacer la actividad. Pero lo ideal es que la sala proponga una actividad teniendo en cuenta y confiando en que lo hace pensando en la comunidad.

C: Y estos encuentros, cuando funcionan un poco más o cuando tienen más que ver con necesidades de la comunidad, como decías, y se dan encuentros que motivan, digamos, a seguir generando otros ¿cuál es el motivo por el que se llevan a cabo? Es decir ¿por qué se los considera importantes?

L: Yo creo que está muy vinculado con la experiencia que vive el espectador en la sala. Creo que hay que romper un poco el esquema en el que alguien va al cine solamente a ver una película. Para mí, y no quiero decirlo marketingeramente, uno va a buscar algo más que la película y creo que es bueno eso generar buenas experiencias para el público, porque cuando hablamos de público hablamos de personas y hablamos de personas a las que le pasan cosas en la vida, lo cotidiano, lo difícil. Uno puede estar con mil problemas y eso puede ser una forma social de descomprimir situaciones muy difíciles, a veces extremas. Por eso el cine es tan importante como práctica social y principalmente que la gente se puede acercar a salas de cine. Para mí el ejemplo es lo que pasa, yo lo hablo desde Buenos Aires porque vivo acá, en el Gaumont. Hay gente en situación de calle que va al cine y es el único consumo cultural que tiene una persona en situación de calle. Muchas veces termina siendo su hogar el cine y es el único espacio de contención que tiene, en el que se puede liberar un poco de la situación cotidiana, en un punto. Por eso me parece que es tan importante, no solo en Unquillo sino en cualquier otro espacio, el cine como práctica social e ir a la sala de cine.

C: Otro de los objetivos del programa plantea pensar a la sala de cine como emprendimiento cultural, comercial y como espacio social de esparcimiento. Si tuvieras que pensar la sala de Unquillo en relación a estos aspectos ¿a cuál sentís que responde más?

L: Yo creo que siempre es una combinación de las tres, porque lo más comercial es un hecho cultural. Y, más allá de que a veces haya una limitación en el acceso de la entrada, también es una práctica social, es un lugar de esparcimiento. Yo no lo puedo separar en ningún caso. Yo creo que cualquier hecho cultural es cultural, comercial y, en algún punto, es válido que sea comercial porque yo soy militante de que la gente que trabaja en las industrias culturales ejerce un trabajo y creo que hay que militar eso de que el trabajo cultural existe. Porque muchas veces se cae en decir “bueno, vos sos cantante, ¿y de qué trabajás?”. “Y, trabajo de eso”. Bueno, creo que eso hay que valorizarlo mucho y me parece que lo que viene sucediendo, más allá de lo que pasó en la última gestión, en los últimos años de las industrias culturales en Argentina, es que vienen creciendo mucho y representan el 2,6 del PBI en Argentina. En el resto de los países del mundo también es una tendencia que crece y creo que lo que falta, y donde hay que dar un salto, tiene que ver con el trabajo en general de la cultura, en este caso del audiovisual, con las comunidades. No la producción solamente, sino también la exhibición. Las dos cosas, que van de la mano.

C: Y volviendo también a esto de los objetivos ¿cómo creés que contribuye el cine de Unquillo con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural?

L: Yo creo que lo hace a través de las películas en sí. El cine es el espacio físico que puede generar cosas. Si no hay películas, es un lugar físico nada más, con butacas. Pero lo importante es generar articulación con la comunidad en sí. El cine argentino, si vos miras, tiene una gran diversidad no solamente de género, sino también de temáticas y de representaciones y creo que lo importante es que en la programación se refleje eso, que se refleje la producción de cine y las necesidades de la comunidad. Yo creo que en toda sala, más o menos lo que uno pueda sentir, termina aportando a esa diversidad, termina siendo una construcción como espacio de identidad nacional, pero me parece que más importante que la identidad nacional, es la construcción comunitaria. Porque hay una tendencia también hace muchas décadas, no solamente en Argentina sino en otros países, de una necesidad de construcción de identidad nacional y yo creo que lo más importante es la construcción de identidad comunitaria porque eso hace a la identidad nacional en un punto. Por ahí me voy de tema pero muchas veces se pensaba que los museos eran una forma de construir identidad nacional y los museos muchas veces dejaron mucha gente afuera que no accedía por diferentes motivos. No por un tema económico muchas veces, sino porque lo que pasaba en el museo no era entendido o era bastante elitista en relación a la comunidad, la población etc. Bueno, yo creo que en el audiovisual tiene que pasar lo mismo. El cine tiene que ser siempre integrador. Cualquier política cultural tiene que ser integradora y creo que el desafío es, como hace poco dijeron con la autocrítica que te nombraba antes del Ministerio de Cultura, que son muchos colegas que ahora son directores de algunos programas, una política que ellos llamaban municipalización. Que va más allá del municipio en sí porque tiene que ver, justamente, con la comunidad. Puede haber proyectos culturales que no estén vinculados orgánicamente un municipio, puede ser que sea una asociación civil que se dedique a las artes escénicas, a la música o a alguna variedad de cosas, pero es el que construye y el que genera la vinculación, los lazos y la construcción simbólica de ese espacio.

C: Claro. ¿Y cómo sentís que las salas INCAA, o particularmente la de Unquillo, contribuyen con la formación de espectadores?

L: Mirá, yo creo que lo más importante, que te decía antes, es que la formación de espectadores se da con las propuestas que uno genera. Y en este caso no es la sala en sí, por eso a mí me cuesta separar la sala del programa en sí porque para mí está todo relacionado. La propuesta que se trabaja en conjunto con cada sala, en este caso con lo de Unquillo, es una forma de generar formación de espectadores. Si no genero una buena expectativa en el espectador que va, una buena experiencia o si genero malas experiencias y se reiteran, es difícil que ese espectador vuelva a la sala de cine, se pierde. Por eso, y esto es una pelea muchas veces con los distribuidores y los productores, cualquier película no es para cualquier sala, tiene que estar vinculada a la comunidad. Es una contradicción institucional también porque más allá de que el INCAA, y lo celebro porque en otros países no pasa, tiene una vía permanente de subsidio, una ventanilla abierta todo el año, también genera que la producción no solamente a veces no refleje un federalismo sino que no refleja, por ahí, lo que pasa en ninguna comunidad. Es más una necesidad del director o directora de realizar algo por una satisfacción personal, que es válido también y no digo que no, pero no hay una devolución ciudadana que me parece que es fundamental. Además, para mí, es un tema ético. Porque estás usando recursos públicos. Entonces, más allá del respeto que tiene que tener la institución por la persona que realiza la película, la libertad que tiene que tener esa persona de elegir la temática que quiera, obviamente con respeto, y crear como quiera, tiene que tener una devolución también y eso es lo que se refleja en la construcción y en la formación de espectadores. Yo creo que igual tiene que haber programas más claves institucionales. Yo te nombre “La Escuela va al Cine”. Ese es un programa para construcción a futuro, pero digo, la construcción de espectadores la podés hacer con personas de 70 años, no tienen que ser chicos. Para eso tenés que tener una curaduría pensando en las necesidades de la comunidad y en estrategias a nivel programación también, porque si vos generás una buena experiencia lo más probable es que esa persona, no solamente que para mí eso ya cumple un objetivo enorme, sino que tenés muchas posibilidades de que vuelva a la sala de cine. Y que genere también lazos con otros espectadores que, por ahí, no conoce y ahí también tenés una forma de construcción ciudadana, una construcción simbólica que tiene que ver con que personas que no se conocen generan lazos por medio de un proyecto cultural. Igual, todo esto que te digo suena muy lindo pero a veces me pongo triste cuando pienso en la realidad. Pero igual a mí me da satisfacción con algunos eventos o algunas exhibiciones que se dan dentro de los Espacios INCAA en las que te mandan una foto

diciendo “mirá todo el público que vino y mirá cómo están hablando con el director”. Yo con eso me siento mucho más alegre. Y a veces también es difícil, o sea, a mí me da mucha satisfacción trabajar con ciertas personas y con otras personas no. Porque sucede que no tengo esa devolución o no sucede lo que uno quiere que suceda y a veces termina siendo muy desgastante. Para mí en este año, a pesar de lo difícil que fue por la pandemia, también hubo una necesidad de hacer un parate, creo que todo el equipo estaba necesitando eso. Y reflexionar sobre algunas cuestiones y también romper estructuras y esquemas de cosas que nosotros dábamos por hecho que son así o pensamos que eran así, y resulta ahora que cuando analizamos más a fondo, no. Estábamos confundidos o estábamos transmitiendo o pensábamos que la sala funcionaba bien y resulta que no tanto. Digo, estuvo bueno ese parate pero, bueno, es difícil el trabajo dentro del área cultural. También pensando que algo fundamental para realizar cualquier espacio cultural tiene que ver con quiénes son los actores y las instituciones que intervienen en ese espacio. Acá tenés institución nacional y, en el caso de Unquillo, institución municipal más una tercera pata que involucra a todas las películas que pasan subsidiadas por el INCAA. Que cada película es un mundo diferente, entonces es muy difícil y uno no puede hacer una generalidad, tenés que trabajar cada película, cada título. Es como dentro de la música trabajar con bandas diferentes. Por ejemplo, dentro del rock tenés una variedad de bandas de diferentes épocas, que hay un público que va a seguir a cierta banda y demás. Y bueno, acá pasa lo mismo en un punto, por eso es tan difícil mantener, en la mayoría de los casos, una convocatoria estable de público en las salas. A veces es muy irregular y yo tomo de referencia a Villa María siempre y le ha pasado a Villa María de tener bajones en cantidad de espectadores y, bueno, la expectativa que se había generado con tal o cual película no fue tan así. Pero bueno, uno tiene que aprender que a veces es una constante prueba y error y de repensar las cosas: lo que pensé hace un año atrás, hoy se modificó y lo que voy a pensar ahora, después se va modificar. Eso es un aprendizaje y una aceptación casi, porque uno quiere por ahí esquematizar tanto y no es así, digamos, es mucho más libre. Pero bueno, yo creo que lo más dificultoso para nosotros y para los Espacios tiene que ver también con la vía institucional. Para ellos, en su caso, son los contactos con los municipios y para nosotros, el INCAA principalmente. Porque en los últimos cuatro años de gestión tuvimos varios cambios y, bueno, hasta ahora no ha habido un cambio muy profundo. En esta nueva gestión del INCAA como que hay cierta continuidad en algunas cosas.

C: Y ahora para hacer un poco una comparación entre esto que te decía al principio, la sala de cine y las nuevas plataformas digitales. Preguntarte si considerarás una desventaja el hecho de que una sala ofrezca una programación con horarios determinados, en un espacio físico determinado, frente a estas posibilidades que tenemos como usuarios de plataformas de consumir en autoservicio y construir, un poco, el espacio tiempo a gusto y placer de cada uno.

L: Sí, yo creo que tiene que ver un poco con las otras prácticas sociales que tenemos como personas. Yo muchas veces me puse a pensar que la mayoría de mis consumos culturales, dentro del audiovisual, son en mi hogar. Y me pongo a pensar por qué sucede eso y ahí me pongo analizar qué me pasa a mí en mi vida, con mis horarios. Yo sé que en cierta franja horaria estoy trabajando, que después tengo de lunes a viernes otras actividades, que a veces vuelvo muy tarde y, bueno, entonces ¿cuando iría a una sala de cine más allá de que tengo el deseo?. A mí me pasó de perderme películas que me interesaban y digo “bueno, voy a verla ahora que tengo un poco más de tiempo, ¿en qué cine está?” y me meto a ver y ya no está más la película, y pasaron dos semanas. En eso repercute mucho lo que tiene que ver con las prácticas sociales que uno tiene cotidianamente. Creo que el tiempo de ocio es fundamental, por algo pasa en el Gaumont, más allá de que es accesible, que mucho de su público son personas que están jubiladas. Entonces ves que de repente, a las tres de la tarde en las películas más taquilleras, está casi la sala llena y te preguntas qué pasa para que esté la sala llena un día de semana a las tres de la tarde. Cuando empezás analizar el público te das cuenta que son personas que uno supone que están jubiladas y cuando preguntás en boletería te confirman que sí por el valor de la entrada. Creo que no pasa solamente en Argentina, por ahí nosotros tenemos una cosa media europea en algunas cuestiones, más de Buenos Aires hablo, con el tema de de la hiperactividad, de ponernos siempre cosas. Y lo que genera la plataforma es que vos ves lo que querés, cuando querés, ponés pausa y si te vas a dormir, la podés ver al otro día. Yo creo que eso es una ventaja. No creo que en sí, más allá de que uno lo determine como competencia, sea una competencia. Creo que volviendo a que el público de la sala de cine va a buscar algo en particular, hay que aceptar eso, hay que buscar las herramientas y las estrategias necesarias para fomentar en cada localidad, eso que el público necesita. A mí me genera una satisfacción en una película cuando se genera un debate dentro del grupo de programación, cuando empezamos a debatir sobre la

película. Eso es porque algo nos generó. Una cosa es si nos gustó o no nos gustó, pero en eso hay un potencial para mí, porque nosotros somos programadores pero somos público también -la diferencia es que tenemos una responsabilidad que no podemos programar en base a si me gustó no me gustó- y creo que eso es lo que hay que potenciar en la sala de cine, las películas que generan algo en la comunidad, que generan debates entre los espectadores. Y hay que acostumbrarse a que es una cultura híbrida dentro del audiovisual. Creo que ahí hay que potenciar lo que los Espacios INCAA están haciendo ahora, que es publicar muchas veces las películas que se van a estrenar en CINE AR. Debería hacer lo mismo el canal del INCAA y CINE AR con la difusión de las películas que van exhibir los Espacios INCAA. Creo que no hay un público de la plataforma y un público de la sala, creo que es un tema mixto y que cada vez los públicos están más fragmentados, cada vez se fragmentan más y a veces se fragmentan tanto que uno va atrás de la pelota para ver qué es lo que quiere tal comunidad. Pero creo que uno tiene esa cosa habitual de llamarlo competencia y, en sí, no es una competencia sino que hay que saber convivir con esos diferentes espacios.

C: ¿Qué características de las salas de cine sentís que no se pueden reemplazar con el consumo hogareño o en plataformas, en dispositivos y demás?

L: Bueno, para mí lo más fundamental es el lazo que generás con otros espectadores y con las personas que están frente a la sala también, porque muchas veces nos cuentan, Irma de Villa María por ejemplo, que tiene unos espectadores que además se comunican por WhatsApp también, pero no para difundir solamente las películas, sino para comunicarse y decirle por ejemplo “che, me gustaría tal cosa”. Y es eso, es lo que se genera. Cosa que en la plataforma, más allá de las redes sociales que puede tener la sala o puede tener el INCAA en donde se generan comentarios, no es lo mismo. La virtualidad no es lo mismo que lo presencial. Creo que eso es irremplazable y creo que eso genera comunidad también.

C: ¿Y qué lugar sentís o qué rol sentís que ocupa en los espectadores esto del cuerpo, la proximidad, la copresencia física con otros cuerpos?

L: Siempre es una rareza ir a una sala de cine, más allá de si vas acompañado o no, porque te encontrás con otros desconocidos. Y pensándolo ahora, en tiempos de pandemia y en lo que va a venir después una vez que la pandemia pase -o puede ser que no pase pero sí que vuelvan las salas de cine, es esa extrañas de encontrarse con otro en un espacio cerrado. Y para mí es un desafío en el inicio pero uno, una vez que lo hace se va a romper ese desafío. Como cuando pudimos salir de nuestra casa por primera vez después de un mes y dijimos “¡uy! bueno, qué desafío”. Pero ya está eso, ya pasó y va a pasar lo mismo con las salas de cine. Y también hay ciertos gestos en los espectadores. Yo soy muy observador cuando voy a una sala de cine, veo si la gente se ríe, si está atenta, si está hablando, si está comiendo. Y, más allá de que hay cosas que me molestan -porque me ha pasado de gente sacándole foto a la pantalla y digo “no, no me gusta”, me interesa mucho observar. Yo trabajé unos tres años en el Gaumont como acomodador de cine y muchas veces me quedaba mirando qué pasaba con el público. Me llamaba mucho la atención algo que nunca puede explicar que es el quedarme mirando la gente como miraba la pantalla, atenta. Hoy en día tampoco me lo explico muy bien pero me sorprendía eso y, claramente, eso lo genera un espacio, una sala de cine.

C: En ese sentido ¿creés que una sala de cine es, un poco, una ruptura con lo que pasa afuera? Digo, con el mundo real, por así decirlo.

L: Sí y en otras cosas como que potencia, en algún punto, lo real. Porque si yo me pongo a pensar en ciertas películas con ciertas temáticas que apuntan a realidades sociales, que pueden ser documentales como ficciones, yo creo que, más allá de que obviamente es un relato, en algún punto termina potenciando esa construcción sea porque uno la lleva o porque uno no la conocía y te llega a través del cine. Y, a su vez, el cine para mí es como en la calle cuando uno dice la famosa frase “hay que tomar la calle como una forma de manifestación pública”, bueno, el cine es eso, es como una manifestación pública. Que más allá de que lo veas con tu pareja o con amigos o en la plataforma en tu casa, no es lo mismo porque estás con conocidos y me parece que lo interesante es cuando estás con un desconocido en esa manifestación pública en la calle o en el cine. Y ni hablar cuando es una película que toca una temática, y que además el cine argentino lo hace bastante, con una realidad social, una realidad histórica, con una forma de contar también. Yo creo que, tomando el tema de Derechos Humanos por ejemplo, en la época del 2004 a 2015 hubo muchas películas, ficciones y documentales, sobre casos de violación a los Derechos Humanos que si no fuera por el cine, y principalmente exhibidas en salas de cine, no se generaría o no se potenciaría esa construcción, digamos, ciudadana y también de identidad nacional. Porque muchas veces pasaba en el Gaumont que hasta iban las personas que habían sufrido esas

situaciones a presentar las películas y eso para mí, más allá de que uno lo vea en la televisión, no es lo mismo. Verla cara a cara a esa persona, que vos le puedes preguntar de la película o de lo que le pasó en la vida, realmente, lo que vivió y escuchar esa descripción me parece que eso es irremplazable. Por eso yo no creo en eso de la muerte del cine, que a veces se lo dice muy trágicamente. Me hace acordar como hace poco tiempo que decían “ahora con la pandemia se cae el capitalismo”. Bueno, me parece el otro extremo decir la muerte de la sala de cine. Yo creo que lo que pasa en la vida humana es un constante cambio, que cuando aceptamos ese cambio ya hubo otro cambio más o muchos cambios más. Y creo que tiene que ver con una cuestión humana de tener muchas estructuras encima y que eso genera también lo mismo en lo cotidiano, en el trabajo, en la cultura. Pero bueno, en conclusión para mí la sala de cine es irremplazable, es como la calle.

C: Esto ya lo tocamos un poco, lo de los cuerpos cuando sea la hora de volver y qué va a pasar con esa cuestión de la proximidad corporal, pero ¿qué pensás que va a pasar cuando las salas vuelvan a abrir? ¿qué modificaciones va a haber, más allá de los protocolos y lo sanitario? ¿qué modificaciones de la práctica social de ir a ver una película al cine pensás que van a haber y qué cosas pensás que quizás los Espacios INCAA, características propias, particularidades, pueden usar como caballito de batalla para que la gente se vuelva a acercarse a las salas?

L: Pensando en el caballito de batalla creo que sucedió desde marzo y abril cuando los Espacios INCAA empezaron a juntarse y hacer una construcción en Red y decidieron que son una Red federal y que querían una representación federal real con políticas reales. Creo que eso implica obviamente una programación con representación federal que esté vinculada a la comunidad, que no se baje línea de la institución hacia la sala. Creo que eso es el caballito de batalla que tienen los Espacios INCAA y que eso obviamente repercute en los espectadores. Y en relación a lo que me preguntás primero, a ver... son hipótesis. Yo creo que va a haber una diversidad de casos. Creo que hay una ventaja que es que no se vuelve a la sala de cine casi al mismo tiempo que se vuelve a la calle. Entonces ya hay una postura de la gente que ya se está cruzando con un otro, con un extraño, en el Super, en el banco, en donde sea. El cine va a ser una de las últimas cosas en volver porque hasta el teatro ya tiene cierta fecha, obviamente depende de cada distrito. Y eso para mí es una ventaja. Pasa también según la película que exhibas. Hay que ver la reacción del público, más allá del protocolo y la limitación que va haber al principio de cantidad, de capacidad de ocupación, qué le pasa a un espectador cuando ve mucha gente que está entrando un espacio cerrado y cuando ve que son cinco personas. Por ahí cuando son cinco personas decís “no pasa nada, me siento muy lejos y listo” y cuando ves casi sala llena, dentro de esa capacidad limitada, por ahí vas a estar más tenso en ese momento. Y eso repercute en la forma de disfrutar la película, en la forma de generar esa experiencia. Pero creo que en los Espacios INCAA en general lo que va pasar es que seguramente se estrenan películas más chicas al comienzo, entonces no va a pasar eso el amontonamiento de personas en la sala. Y creo que van a estar más relajadas las personas pensando y comparando con lo que fue la salida al comienzo. No quiere decir que no vaya a haber personas que no decidan volver al principio para esperar a ver qué sucede y después vuelvan.

C: Bueno, como última pregunta para hacerte ¿cuáles pensás que son esas características que por ahí diferencian al cine de Unquillo de otras salas o que lo hacen único, especial o que las personas se acuerdan de tal cosa específicamente?

L: Yo creo que diferencias y similitudes. Diferencia con lo que es el comercial en relación al espacio tradicional cultural de la comunidad de Unquillo y, por otro lado, son las experiencias vividas por los espectadores. La última vez que fui, fue a presentar. Yo no era programador en ese momento y fui con un programador a un ciclo de cine y rock que él estaba organizando, pensando en la construcción de un público de gente más joven. Y, en ese momento, no estaba Ronald, estaba otro gestor que era Emiliano Cárdenas que había armado un cineclub también ahí en Unquillo. Y nos pasó que fueron cuatro personas que no eran el público al que apuntábamos. Mi compañero les explicaba, hizo una introducción y les preguntaba al público si querían decir algo, preguntar y uno dijo tímidamente “bueno, yo no conozco nada” y al rato se levantó y se fue. Pero bueno, me parece que con esas cuatro personas que fueron, que uno dice “bueno, que baja la expectativa”, se generó algo. Porque ¿cuántas veces tenés esa posibilidad de que vaya alguien a presentar algo? Y, la realidad es que no pasa mucho. Unquillo en otra época tenía actividades habitualmente y cuando el INCAA hacía actividades, Unquillo era una sala que frecuentemente las tenía, eso marcaba la diferencia con otros espacios. Y hay algo que para mí es una ventaja de Unquillo, que es, pensando en que muchas de las actividades sean con la presentación de alguien o no, estar cerca de Córdoba capital porque es de aeropuerto a aeropuerto y auto. En otras

localidades tenés seis horas de auto, entonces, imagináte convencer a alguien de viajar seis horas para presentar algo, es difícilísimo. Y creo que eso es una ventaja de la sala de Unquillo, donde está ubicada. Sí creo que tiene algunas desventajas, que igual algunas cosas se fueron corrigiendo a lo largo del tiempo, como la digitalización de la sala que es una gran ventaja porque mejoró en calidad de sonido e imagen. Después creo que pusieran calefacción, porque me acuerdo que Emiliano me contaba que la gente en invierno se llevaba frazadas y es algo que vos decís “che, pero es buenísimo porque más allá de que la estén pasando mal y se estén muriendo de frío, están yendo igual a una sala de cine y no se queda en su casa”. Y creo que esas anécdotas son únicas. Después hay otros Espacios también que tienen anécdotas que vos decís “Wow”. Por ejemplo, la responsable de una sala se disfrazaba de un personaje y repartía volantes con la programación. Eso me pasó en una sala en Santa Cruz y eso es militancia totalmente, no podés llamarlo de otra manera, más allá de que sea por un hecho cultural. Digo, todo es un hecho cultural en algún punto. Pero vinculado a la industria cultural, a la industria audiovisual, bueno, para mí eso es una de las cosas que lo hace muy especial al cine de Unquillo y creo que Córdoba tiene históricamente una militancia política y cultural muy fuerte. Yo he viajado mucho a Córdoba por cuestiones laborales y personales y a cualquier parte de Córdoba a donde voy me siento muy cómodo. Hasta en un momento pensé en salir de Buenos Aires, porque me satura un poco la ciudad, e irme a vivir a Córdoba porque para mí es ideal. Tenés muchos lugares cerca y me parece un lugar que, si bien tiene una parte conservadora de la sociedad como en todos lados, es bastante liberada en comparación a otras provincias. Esto que te comentaba, de responsables de salas de decir “che, tal película no la puedo pasar acá por la temática”, eso es muy fuerte. Para nosotros en Buenos Aires es muy raro vivir eso. Pero es una realidad de esa comunidad. Bueno, en Córdoba yo siento que es muy parecido a lo que es Buenos Aires, obviamente con su particularidad por su historia de militancia hasta en algún punto más fuerte que en Buenos Aires. Creo que la diferencia es que el poder central está acá en Buenos Aires, pero si no fuera por eso, digo, si uno analiza la historia de las organizaciones políticas y culturales, es muy fuerte lo que hay por ejemplo también en Rosario. Y lo que se está construyendo ahora. Digo, si vos sacás Buenos Aires, Córdoba es la provincia que le sigue en producción cultural en general, digo, vinculado a las industrias culturales y en audiovisual en particular. Bueno, por ejemplo en Villa María, Irma gestiona mucho con docentes de la universidad y esto es un acto importante también de cómo se puede articular el cine con instituciones. Si uno articula el Espacio INCAA de Villa María con una universidad como la de Villa María, eso también es fundamental. Cuando dicen articulación entre instituciones, éstas potencian no solamente lo que se crea que es importantísimo, sino que potencian la convocatoria de público. Hace poco me volví a meter a la página de la municipalidad de Unquillo y en la presentación de los diferentes espacios, vi que mostraban muy fuerte desde el mismo municipio a los museos y no tanto al cine. De hecho, del cine no vi ni una foto. Sí en las redes sociales pero en la página municipal no estaban. Pero bueno, ahí también, en ese protagonismo de las artes plásticas hay un potencial, que eso es otra cosa importante también: la transversalidad con otros temas, con otras industrias. Pensar qué pasa con el cine y las artes plásticas, qué pasa con el cine y la literatura, algo que por ejemplo en La Plata se hace mucho. Porque también ahí está la feria del libro y todos los años gestionamos con el responsable de la sala títulos que tengan que ver con el cine y la literatura, sea porque sean películas basadas en algunos títulos, pero bueno, ese es el potencial también. Es buscarle la vuelta y por eso para mí son importantísimos los gestores locales. Eso marca muchísimo la diferencia, lo vemos ahora en la participación de estos encuentros federales que están haciendo desde los Espacios INCAA. Digamos, se nota quiénes son los referentes regionales, directamente ya estamos hablando de una comunidad, estamos hablando de regiones. Irma, por ejemplo, es una referente. Después está Lara Decuzzi en la Patagonia. Digo, hay muchas personas que pasan más allá de las fronteras, digo, para mí ya son referentes nacionales del audiovisual porque son reconocidos por sus colegas también y eso es lo más importante. Pero bueno, yo creo que eso es importantísimo.

C: Bueno, creo que ya te pregunte todo lo que necesitaba saber.

L: Bueno, cualquier info que necesites avísame.

C: Dale, buenísimo, muchas gracias.

L: No, por favor. Un beso.

C: Que andes bien

L: Vos también, chau, chau.

## **9. Entrevista Ana Broitman: comunicadora social e investigadora especializada en circulación y recepción de cine y medios.**

**26/11/2020 - 15 hs. Entrevista virtual vía Zoom**

C: Hola

A: Hola ¿cómo estás?

C: Bien ¿vos?

A: Todo bien. Bueno, contame Clara.

C: Te cuento. Yo soy de Buenos Aires pero me fui a vivir a Unquillo, que queda más o menos a una hora de la capital, cuando era chica. Pasé ahí toda mi adolescencia e hice la carrera en Córdoba. Viví ahí hasta este año y me volví a Buenos Aires. Después vino la pandemia y todo lo demás así que no pude estar yendo y viniendo para ir haciendo la tesis. En un momento pensé que no se iba a poder hacer y que iba a tener que retrasar el trabajo final y medio que después le fui encontrando la vuelta. En Unquillo hay un cine que se fundó en 1928 que estuvo abierto hasta mediados de los '90 y volvió a abrir en el 2008 como Espacio INCAA. Es un cine municipal. Si bien la sala siguió siendo de la familia, de las nietas del dueño original, la municipalidad alquila ese espacio y financia el funcionamiento del cine. Entonces me parece que esta re buena esa sala de cine como valor patrimonial del pueblo y, como yo hice la orientación en audiovisual y mi tesis tiene que tener anclaje audiovisual, me pareció interesante pensar cuál era el rol sociocultural del cine de Unquillo para la comunidad, en estos tiempos que corren de plataformas, consumo audiovisual en el celular, la computadora y demás. A todo esto, con la pandemia, al tema de investigación le sumé la dimensión de la modificación de prácticas sociales que trajo o va a traer aparejada la pandemia. Me pareció valioso también entrevistar a personas que no estén directamente relacionadas con el cine de Unquillo, o con la municipalidad o con el INCAA, pero que supieran del tema.

A: Bueno, dale, ¿en qué te parece que yo te puedo aportar?

C: Teniendo en cuenta que la sala de Unquillo es un cine municipal, que funciona también como Espacio INCAA y que es un cine histórico ¿cuáles creés que son los principales objetivos o metas de una sala de estas características?

A: Bueno, a mí me parece que todo el programa de los Espacios INCAA apunta, justamente, a recuperar, a que no se pierdan, esas salas de ciudades, lugares, pueblos, que fueron importantes para esa comunidad y que, producto de una situación global de la que Argentina no estuvo exenta ahí por la década del '80, '90, cerraron las salas de cine por diversas razones: por la llegada del video, la popularización de la televisión por cable, la facilidad para el consumo doméstico de películas - que fueron previas a la plataforma pero, bueno, ya empezó ahí la cuestión del consumo doméstico. Y, en paralelo, el nuevo formato de sala en los centros comerciales o shoppings, la multisala, que además de la experiencia del cine, ofrecía una experiencia de consumo diferente ¿no? Porque ya el objetivo no era solo ir al cine, ver una película, sino hacer un paseo de comida, compras. Otro tipo de experiencia de consumo. En ese sentido, me parece que la supervivencia de algunas de estas salas, porque sabemos que muchas desaparecieron. Hay muchas que fueron vendidas por los herederos de aquellos dueños que las habían construido y que, en su lugar, se construyó otra cosa: estacionamientos, supermercados, templos religiosos, cadenas de electrodomésticos. Acá en la Ciudad de Buenos Aires tenemos muchos ejemplos de salas y son muy pocas las que han quedado y en las que todavía algunos vecinos hacen alguna pelea para que eso vuelva a existir como cine. Bueno, a mí me parece muy importante porque justamente tiene que ver con recuperar una memoria del lugar, que funcione como puente entre generaciones. Porque muchos de los abuelos, han tenido experiencias de haber ido al cine en esos lugares y bueno, pueden compartirlas con sus hijos o sus nietos y eso también puede generar un puente entre generaciones que contribuya a la identidad local. Me parece que las salas son muy importantes para la identidad local. Yo hice una ponencia para el Instituto de Artes Audiovisuales, donde yo hice justamente un trabajo de tres salas cerradas de acá de Buenos Aires y los colectivos de vecinos reunidos, que estaban dando distinto tipo de luchas para que en esas salas no se construyeran edificios, que se re-abrieran. Entonces eso a mí me parece interesante, que haya un interés de la comunidad porque esos espacios existan. Ya, de por sí,



es interesante. Y no me parece casualidad que sea el cine, porque el cine fue uno de los artefactos culturales más importantes del siglo XX, y ahora está en una especie de mutación ¿no? Tanto en su producción como en su consumo. Además, muchas veces las salas INCAA además de proyectar películas también terminan siendo sedes para eventos culturales de la comunidad, entregas de diplomas de egresados, muestras de esto y aquello, obras de teatro. Se termina convirtiendo en un centro cultural, donde también se ven películas. Me parece que eso le da una relevancia. Y si son gestionadas, por el Estado, eso también las preserva de cierta voracidad inmobiliaria o del imperativo de tener una ganancia que justifique que el espacio exista - que casi nunca justifica la ganancia que se puede percibir- entonces el paraguas, de algún modo, ya sea municipal, provincial, nacional, digamos las distintas jurisdicciones, les dan una chance cierta de sostenerse.

11.22

C: ¿Y cuáles creés que son las mayores fortalezas y las mayores debilidades, si se quiere, o amenazas de este tipo de salas?

A: Las fortalezas me parecen que son lugares que están abiertos, funcionan como lugares abiertos a la comunidad, gestionados por alguna dependencia estatal pero que es sabido que alojan distintas expresiones de la comunidad (culturales, deportivas, artísticas, educativas), que se legitiman como centros de encuentro en donde la comunidad puede expresarse y reconocerse y encontrarse. Me parece que esa es la principal fortaleza. Y que además, integra el consumo del cine en salas que es una actividad que está quedando obsoleta... bueno, este año es un año muy particular, no podemos tomar este año como parámetro. Pero antes ya existía toda una cuestión y, además, no solo el tema de que la gente vaya a ver cine en la sala, sino de qué cine se ve en la sala. Me parece que estos espacios también son muy importantes para lo que es una diversidad de las películas que podemos ver. Bueno, en las salas INCAA se proyectaba preferentemente cine argentino y esta también me parece importante porque sino en el cine argentino pasa que se produce o se producía mucho cine en un momento y no había posibilidad de encuentro con un público porque nunca se llegaban a dar las películas. Las salas de los shoppings no las dan, las dan muy acotadamente o dan solo algunas de las películas argentinas que entran dentro de una categoría más mainstream, pero no dan cine argentino independiente, documental o más experimental y estas salas son una boca de salida para esas películas (que también se hacen con dinero del Estado argentino en muchos casos, porque se hacen con subsidios y créditos a la producción) y bueno, ahora también se están subiendo a las plataformas, a Contar, a CINE AR Play, que también funcionan, de algún modo, con ese mismo espíritu, entonces también, me parece que estas salas contribuyen a que haya una diversidad de oferta cinematográfica porque si te quedas con el cine que se ve en los shoppings, es muy limitado. Hay un grupo que se llama "Colectivo de Cineastas", que también está en Córdoba, que reúne a realizadores y productores de cine argentino independiente y tienen documentos y paneles y actividades que han hecho en relación con la exhibición: no solo con cómo hacemos películas, sino cómo hacemos que nuestras películas se vean. Me parece que ahí hay una fortaleza. Y es algo que no le podés pedir a la sala de shopping, porque la sala de shopping es una cadena extranjera, se maneja con otra lógica, y a una sala gestionada por el Estado sí le podés pedir, no te digo todo el tiempo, que pasen las películas de producción nacional. Esas son dos fortalezas importantes ¿no? La de ser un centro comunitario y la de ser una pantalla de salida para el cine nacional y, además, contribuir a que estas películas se vean en el cine ¿no? O por lo menos que exista la posibilidad. Quizás después no tienen millones de espectadores, seguramente no los tendrán. Pero, por lo menos, si alguien quiere y está interesado tenga la posibilidad. Cosa que hoy no existe, digamos. Y las debilidades me parece que son, por un lado, la cuestión de la sustentabilidad económica. Porque si bien la gestión estatal, de algún modo, pone resguardo de eso, de todas formas es limitada la inversión que el Estado puede hacer en estos lugares. Bueno, se que es muy variable la forma en que los Espacios INCAA se gestionan. Sé que en algunos casos el Estado paga el alquiler del lugar, en otros no pero paga el sueldo del personal, en otros no pero te equipa la sala, hay diversos modos de funcionamiento. Entonces, también te genera una suerte de dependencia y de la gestión pública. Y una cosa fue el programa de Espacios INCAA hasta el 2015, otra cosa fue el programa Espacios INCAA del 2015 al 2019. No sé, la verdad, qué pasó este año porque bueno, fue un año absolutamente atípico. No sé cuál va a ser la política de esta administración, pero bueno, también cambian las administraciones municipales y provinciales entonces eso también genera un espacio de incertidumbre a veces. De pensar quién vendrá, cómo será la relación, funcionará igual que antes, cambiará el programa o no. Bueno, ahí hay quizás una debilidad en algún sentido. No sé cómo se podría combatir, sino simplemente lo estoy marcando. Y después también me parece que las

debilidades en realidad son como la otra cara de las fortalezas. Porque esta falta de costumbre de la gente de ver cine argentino y de ver determinado tipo de cine, no sólo argentino sino que no se ajuste a los parámetros del cine más pochoclero, hace que haga falta una suerte de formación de espectadores. Debería haber en estos espacios un programa de formación de espectadores donde haya ciclos, donde se le enseñe -de algún modo- a la gente a ver determinado tipo de cine que es más difícil de ver, con el que es más difícil entablar un vínculo espectacular, digamos. Y por eso me parece que son interesantes esos programas de "La Escuela va al Cine" donde se forma en los chicos y en las chicas una capacidad de ver una película en el cine, que es algo que se puede estar perdiendo tranquilamente ¿no?

C: Más allá de las estrategias de comunicación o publicidad específicas de cada Espacio INCAA ¿cómo te imaginas que se da la fidelización con el público en este tipo de salas?

A: Bueno, a mí me parece que es generacional por un lado, que quienes estamos más predispuestos a ir a ver cine en el cine somos quienes crecimos en el siglo XX y que las nuevas generaciones tiene más dificultad para eso, justamente, porque han tenido más facilidad para el acceso a ver películas en el espacio doméstico y para, ahora con las plataformas y con los dispositivos móviles, llevarse el cine a donde uno esté. Me parece que eso no es para combatir, que las pantallas son múltiples y que lo que hay que hacer es, de algún modo, acomodarse a esto de la pantalla múltiple. Así como la televisión no hizo desaparecer el cine, y el video tampoco, lo que hay son recolocaciones en lo que sería un ecosistema de medios. Que cuando surge un medio nuevo o una tecnología nueva, los otros se van reacomodando y van cumpliendo distintas funciones. Entonces, creo que una política, que podría ser una política pública, porque también tendría que involucrar a las instituciones escolares, podría ser un programa de formación de espectadores porque es una tarea importante porque no solo es enseñar a ver cine en el cine, sino enseñar a abrir la recepción y la posibilidad de ver otro tipo de cine que no es el de la lógica del cine de superhéroes, ni el cine más mainstream, ni la lógica de la serie - que ahora, sobretodo los chicos pero en general todos, estamos como formateados en la lógica de la serie. Hay que volver a recuperar esa capacidad de ver una película, que empieza y termina en un tiempo acotado, sin levantarse de la silla, en comunidad con otros. Es toda una serie de cuestiones que rodeaban al hecho de ir al cine. Justamente es eso, así como hubo que aprender ir al cine, esas primeras proyecciones en las que míticamente la gente se asustaba porque la locomotora se les venía encima y esas cosas, esos relatos legendarios de las primeras proyecciones, yo creo que hay algo de re-aprendizaje que tiene que ver con reaprender lo que es ver una película en el cine y lo que es ver una película que tenga otras pretensiones, sin dejar de lado la idea de entretenimiento y sin necesidad de una utilidad ulterior. Porque, incluso ese cine de entretenimiento no lo estamos viendo en el cine en general, así que me parece que hay una cuestión de educación. Hay un programa de la DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) que se llama "El Cine va a la Escuela" donde ellos llevan el cine a lugares donde hay, donde no sobrevivió ningún cine. Entonces ellos, en alianzas con las secretarías de cultura de los lugares, organizan una serie de proyecciones en escuelas de la zona, o sociedades de fomento, o incluso al aire libre, pero preferentemente en escuelas, donde arman como un cine. Oscurecen todo un salón o un aula con unos plásticos negros que llevan y hacen una proyección con pantalla grande y después de la proyección de la película hacen una suerte de conversación. A veces viajan actores o directores de alguna de las películas que pasan y después dejan en la escuela un conjunto de 20 o 25 películas argentinas que quedan ahí, en la escuela. A mí me parece que el rol de la escuela es importante ¿no? Porque ahí se forman las nuevas generaciones y ahí también se forman los hábitos ¿no? Después, si el lugar, como te decía, se convierte en un centro atractivo para la comunidad y una de las cosas que ofrece es el cine, eso también hace o podría hacer que la gente vaya a hacer una cosa pero vea que dan una película y se quede a verla o se programe para ir a verla otro día. Y después bueno, las universidades también podrían tener un rol. En unquillo no hay universidad, pero está la de Córdoba que no está tan lejos. Podría organizar algún ciclo, o algo desde el departamento de extensión universitaria. Yo ahí veo relevante el rol de las instituciones educativas en generar, o contribuir a generar, nuevamente el hábito de ver cine en el cine y ver determinado tipo de cine que nos cuesta más ver, porque es un cine más desafiante para el espectador, más difícil, que le propone otro pacto de lectura.

C: Uno de los objetivos del programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine ¿cómo sentís que ese objetivo se materializa en las salas? En el caso de Unquillo, por ejemplo, ¿cómo creés que contribuye en socializar el acceso al cine?

A: No se si contribuye o podría contribuir o podría mejorar en su contribución en el caso particular de Unquillo, pero me parece que la forma de contribuir es abrir las puertas a la comunidad y desarrollar los

vínculos. No solo con la comunidad en general, sino con instituciones clave de la comunidad. Yo mencionaba las educativas pero también pueden ser las deportivas. Si un club lleva a todos los chicos de la colonia de vacaciones al cine, y en vez de pasarle Los Avengers, les pasa algo de cine nacional o no tiene que ser nacional, una selección de cortos animados... no sé, algo que no sea lo que ven siempre, que no esté al alcance naturalmente, ahí se produce una vinculación. A mí me parece que es eso, ampliar los vínculos con instituciones clave de la comunidad y de tener una política de puertas abiertas ¿no?

C: Otro de los objetivos del programa es contribuir con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural. En ese sentido, ¿vos pensás que el solo hecho de existan este tipo de salas ya cumple o intenta cumplir tal objetivo o pasa más bien por la programación, las películas que exhiben?

A: Yo creo que que estén, es la condición de base para que todo lo demás se pueda hacer. Me parece relevante que existan y que se haya trabajado para defender estos espacios que tienen una historia. Porque todo esto que estamos diciendo se podría hacer en otro lugar, ahora ¿por qué es relevante que sea ese cine? Bueno, porque tiene una historia en la comunidad, porque activa una memoria, porque hace esta cuestión de puente generacional. En ese sentido, el solo hecho de que esas salas se preserven ya es importante. Ahora, nuevamente, mejor es si logran que la gente vaya, o si la programación es interesante o si es convocante, o si logran convocar gente a partir de la programación. Como que es un segundo paso. O sea, las dos cosas son importantes, pero a mí me parece relevante que la sala exista y que haya habido una política pública y un interés comunitario para que así sea. Porque, en realidad, el INCAA actuaba cuando las comunidades lo requerían. Hubo alguien de Unquillo que le dijo "Che, tenemos esta sala y no queremos que desaparezca". Entonces ahí hay una vinculación con la sala. A veces los lugares tienen una carga y no da lo mismo que sea acá o allá, a veces un lugar condensa una serie de memorias que son relevantes para que sea ese lugar.

C: Y con respecto a los encuentros entre los realizadores y el público, vos mencionabas recién lo de los colegios pero que también se daban en películas no necesariamente para chicos ¿cuán importante sentís que es este encuentro entre el público y el realizador?

A: A mí me parece que es importante, no sólo con el realizador sino también con los actores. Y eso genera, por lo menos en estos lugares donde hace mucho que no había salas de cine o donde a veces ninguno de los chicos había visto una película argentina en su vida -no creo que sea el caso de Unquillo, estos eran lugares a la mejor más alejados- generaba una convocatoria importante. Me parece que es una manera de despertar vocaciones también, despertar vocaciones cinematográficas ya sea en la actuación, la dirección, el rubro técnico, etc. Me parece importante entender que las películas no son una cosa que se hacen en un lugar lejano y que sólo se tratan de superhéroes, sino que las películas pueden hablar de nosotros y las podemos hacer nosotros. Yo participé de uno de estos encuentros de "La Escuela va al Cine" acá en la ciudad de Buenos Aires, en una escuela de un barrio, donde para la fecha del 24 de marzo proyectaron *Infancia Clandestina* en un secundario y estuvo presente el director, Benjamín Ávila, y charló al final con los chicos. Y la verdad es que me pareció super interesante el diálogo que se produjo. Eran chicos que quizás no habían tenido la posibilidad de hablar con alguien que hiciera cine y además es una película que, de algún modo, cuenta una historia bastante autobiográfica y bastante impactante. Pero bueno, no me parece que se tenga que hacer siempre, todas las veces y que sea imprescindible, pero me parece que suma. En ocasiones, cada tanto o si se organiza alguna cosa tipo festival, o ciclos que también es una manera de programar, lograr que haya algún invitado especial, que pueda hacer alguna conversación. Me parece que es un elemento de suma.

C: Y volviendo un poco a esto que decías antes de no pensar a la sala compitiendo con la nueva ola de consumo audiovisual digital sino conviviendo, quiero preguntarte si sentís que la sala que ofrece una película en un horario específico, en un día determinado, en un espacio físico determinado es una desventaja frente a la posibilidad de construir el propio espacio-tiempo por parte del usuario o el consumo en autoservicio en las plataformas.

A: Bueno, sí, claramente es una desventaja pero me parece que ahí también influye en la cuestión de la programación ¿no? Si son películas que no se pueden ver en otro lado eso suma, si son películas programadas con un criterio más curatorial de tipo ciclo, que te aporta algo ver determinadas películas en determinado orden, una onda más tipo cine club o cinemateca, que no sería para toda la programación pero podría destinarse alguna franja o día para decir "hacemos ciclos, hacemos cine club". Y después me parece que sí, que la convocatoria tiene que ver con lo social, con la sociabilidad, con juntarse con los amigos, la familia, las parejas e ir al cine y hacer una salida. Bueno, todo lo que no estamos pudiendo

hacer este año. Es diferente la experiencia cuando me conecto y tal tiene que ir al baño y tengo que parar la película o si te llaman por teléfono o hacer la comida o comer mientras tanto. Me parece que hay que poner en valor y encontrar la manera de poner en valor la experiencia de ir al cine y ver una película en el cine. Que significa sentarse a ver una película y ver desde los títulos hasta los créditos, que es muy desafiante porque es algo que a los chicos, sobre todo, les cuesta mucho porque no están acostumbrados. Y, por otro lado, a los grandes también nos cuesta cada vez más porque también vamos desarrollando otros hábitos y cuando no sabemos qué hacer a la noche, ponemos algo para ver, pero bueno, es más del orden de lo televisivo en cuanto a qué medio, en cuanto a qué tipo de vínculo con el medio. Bueno, siempre está ahí para prenderlo y ver que hay y algo siempre va a haber. Eso es más fácil que predisponerse y elegir una película, o no elegirla porque a lo mejor es la que se está dando esta semana, y predisponerse a ir a ver la película. Por eso yo digo que esa es una capacidad que hay que recuperar, en la cual hay que formarse para poder recuperar.

C: Y en esta diferencia que nombrás de ir al cine más como una experiencia o como un hecho social, en el consumo colectivo de la película a diferencia de consumir individualmente o con pocas personas (familia, amigos y demás), ¿cuán importante sentís que es el lugar que ocupa la proximidad corporal, la co-presencia física de los cuerpos en una sala?

A: Bueno, a mí me parece que es lo que Ana Rosas Mantecón llama “el pacto cinematográfico del siglo XX”: estar juntos con un montón de desconocidos, en una sala a oscuras, en silencio. Me parece que eso es, justamente, parte de lo que se está perdiendo o de lo que, en algún sentido, se ha perdido y que también tiene que ver con que, por ejemplo, las salas de los shopping son mucho más confortables a veces (en el tipo de silla, en el sonido que tienen, las comodidades que brindan) que las salas tradicionales. Por eso, en su momento las salas tradicionales tampoco pudieron competir con eso. Por eso me parece que todo lo mejor que esté la sala para recibir a la gente es algo que suma, o sea, incluso que el baño esté bien... no sé, cosas que forman parte de la experiencia de ir a un lugar, o sea, que sea efectivamente una salida que uno disfruta y que la pasa bien, no que sea para sufrir. Y bueno, me parece que eso es una pregunta que tenemos abierta, no tengo una respuesta para eso. Lo de la proximidad... qué sé yo. Cuando viajamos en transporte público también tenemos proximidad, o sea, no es la proximidad en sí el elemento más definitorio. Aunque la sensación de estar en un lugar a oscuras, con mucha gente en silencio- que también es algo que se ha perdido un poco el tema del silencio, justamente por los hábitos domésticos- y, de algún modo, vincularse y formar parte de ese ritual un poco onírico que tiene que ver con la luz, con las imágenes medio fantasmáticas que son las imágenes cinematográficas, es una experiencia diferente, una experiencia única. Que, bueno, quizás se pierda ¿no? Hay otras experiencias que también se han perdido porque una cosa es que a uno le de nostalgia porque uno fue parte de eso y forma parte de su educación sentimental, digamos, pero no quiere decir que siempre va a ser así. Qué sé yo... veremos, vamos a ver cómo continúa la cosa. Yo creo que también el hecho de la salida social y el hecho de cuál sea la oferta (si podés ver ahí algo que no podés ver en otro lado) me parece que esas son las dos claves. Porque si no, sí. Aprieto un botón y lo veo en mi casa, que también sabemos que no todo está disponible, que la oferta de las plataformas también es una oferta mainstream que está sesgada, que cuando incluyen cine argentino es un cine argentino mainstream. Están las plataformas nacionales pero que, obviamente, tienen mucha menos difusión. De hecho, creo que la idea era que CINE AR Play esté en relación con los Espacios INCAA, que haya un circuito, digamos. Y eso me parece bárbaro, de manera que también la película se puede ver después, fuera de la sala para que la experiencia de la sala sea eso, una experiencia, elegida voluntariamente. Pero bueno, para eso tiene que estar disponible y tiene que haber una formación en cuanto a considerarla una opción posible.

C: Y pensando más a futuro, digo cuando vuelvan abrir las salas. Si bien hay mucha incertidumbre y no se sabe bien cuándo ni qué va a pasar y demás, ¿qué modificaciones sentís que va a haber (si es que sentís que va a haber modificaciones) sacando de lado el protocolo? Es decir, ¿sentís que la práctica de ir al cine se va a modificar después de la pandemia?

A: Yo creo que cuando se pueda salir vamos a salir todos corriendo de casa. Me parece, y también es un deseo un poco, que va a haber una reacción en cuanto a disfrutar más el espacio externo y salir un poco del espacio doméstico en el cual nos hemos visto obligados a hacer todo: trabajar, estudiar, enseñar, cocinar, limpiar el baño y ver películas. Y también a mí me pasa que llega un momento en que ya ni tengo ganas de ver algo, como que se genera un poco de esto empezar a buscar qué ver en Netflix y aparece una sensación de “nada me motiva lo suficiente como para meterme” y tengo más sueño que

otra cosa, además de tener los ojos que no doy más de ver la pantalla. Me parece que va a haber una reacción cuando se pueda volver a alguna realidad más parecida a lo que era nuestra vida antes, una reacción que va a tender hacia las experiencias outdoor y me parece que el cine podría beneficiarse de eso. Acá hubo algunas experiencias de auto cine o de cine al aire libre, no sé si prosperaron mucho, pero bueno, quizás también vaya por ahí en un principio, sobre todo en el verano y después no sé. Ojalá haya una re vinculación, como se dice ahora, con los espectáculos, no sólo las salas de cine sino también el teatro, todos los espectáculos públicos. Están en la lona y están esperando poder volver a tener las posibilidades que había antes y van a necesitar también mucho apoyo del Estado para poder sostenerse, aguantar y volver hacer lo que hacían.

C: ¿ Y cuáles crees, en este tipo de salas más alternativas o no necesariamente comerciales que van a ser esas características o esos caballitos de batalla, por así decirlo, que usen como herramienta para volver a llamar a la gente?

A: La verdad no sé porque yo tengo una cabeza muy poco marketingera, así que no sé. Si fuera más desde el punto de vista de la política cultural, yo creo que habría que aprovechar por ejemplo el verano, para hacer proyecciones al aire libre, en predios públicos, con pantalla grande como para empezar justamente a retomar el hábito. Y, no sé, a mí la idea de cine club o de ciclo me parece que es una idea potente y que tuvo mucho arraigo en la Argentina en el siglo XX. A mitad de siglo XX tuvo mucho auge la actividad cineclubística y bueno, Córdoba fue un lugar muy importante de la actividad cineclubística (que nació en la Universidad Nacional de Córdoba, que tuvo sus cineclubes), de hecho creo que hay un movimiento de cine clubismo hoy en Córdoba bastante importante, cosa que no hay tanto en la ciudad de Buenos Aires, por ejemplo. A mí me parece que esa sería una alianza piola porque los cineclub siempre tienen problemas por dónde funcionar, dónde hacer las proyecciones, quién les alquila la sala, etc. Entonces me parece que esa sería una alianza porque el cineclub tiene un público que no es masivo, pero es un público fiel, como vos decías antes, y que puede ser expansivo, que puede funcionar con una cuota de socio- con lo cual también da una cierta previsibilidad económica, aunque sea mínima- que también producen o tienen por lo menos la tradición de producir materiales que acompañan el visionado de la película, ya sea programas con información y notas críticas, o han llegado a tener revistas también, pero hoy en día para cualquiera que tiene un blog o una página de Facebook o de Instagram es bastante más sencillo tener un medio de comunicación de lo que era antes cuando tenías que hacer una revista. En ese sentido, me parece que esa es una alianza interesante que puede dar algún fruto. Hacer ciclos, aportando material adicional. O sea, ciclos en horarios que no sean los de las proyecciones de las películas que están dando, no sé, por ejemplo un cine club famoso de los años '50 funcionaba los sábados de trasnoche. Y ahí iban todos los cinéfilos, a la trasnoche del sábado. Digo, no tienen por qué interferir con el horario de programación corriente que propone el INCAA. Los sábados a la mañana o los domingos a la mañana. Y además esto mismo de entablar vínculos con otras instituciones me parece que, desde el punto de vista de la política pública, es la clave.

C: Buenísimo Ana. Creo que te pregunté todo lo que necesitaba saber.

A: Ojalá te sirva. Te comprometo a que me mandes la tesina cuando esté terminada. Todo lo que te parezca que te puedo ayudar de bibliografía decime. Mándame un mail y lo que tenga te lo voy pasando. Este campo de estudios sobre públicos y salas es una cosa muy poco estudiada y que bueno, queremos que crezca.

C: Dale, mil gracias. Hablamos.

A: Estamos al habla, chaucito.

**10. Entrevista Leandro González: comunicador social e investigador especializado en consumos culturales y producción, circulación y políticas audiovisuales.**

**6/11/2020 - 12 hs. Entrevista virtual vía Zoom**

C: Hola Leandro ¿Cómo andas?

L: Hola, bien todo tranquilo.

C: Qué bueno. Me alegro. Gracias por estar acá, por tu tiempo y por la información que me pasaste que me sirvió un montón.

L: Bueno, genial, me alegro. Como te decía la otra vez, me gusta siempre hablar de estos temas y cuando yo me estaba metiendo a investigar en el consumo y la exhibición cinematográfica, hice entrevistas como vos y un montón de gente que me ayudó, así que lo mínimo que puedo hacer es hacer lo mismo.

C: Bueno, buenísimo. Yo lo que estoy haciendo es una investigación sobre el cine municipal de Unquillo que funciona como Espacio INCAA desde el 2008, entonces me interesa poder hablar con los trabajadores del cine, con personas de la municipalidad de Unquillo, con personas del programa Espacios INCAA y también poder tener una opinión de personas que no están necesariamente relacionadas con el cine de Unquillo pero que me puedan aportar su visión desde otro lado.

L: Dale, buenísimo.

C: Teniendo en cuenta que el cine Unquillo es un cine histórico que se fundó en 1928 y que ahora funciona como un cine municipal y como Espacio INCAA ¿cuáles creés que son sus metas o sus principales objetivos?

L: Bueno, seguramente las metas específicas las van a saber mejor las personas que lo gestionan. Pero aún así podemos decir que es un cine de valor patrimonial porque no hay muchos edificios que tengan cerca de 100 años de historia, no conozco Unquillo pero me imagino que no abundan, y eso le da un valor patrimonial. Y seguro hay mucha gente que tiene recuerdos en ese edificio. Y lo que hay que decir es que su función fue variando con el tiempo. Cuando apareció seguramente era el boom y el punto de encuentro de todo el pueblo de toda la ciudad y su centralidad se fue perdiendo a medida que las posibilidades de consumir contenidos audiovisuales por otras pantallas fueron predominando. Eso es algo que pasó con todos los cines de barrio. Yo soy de José C. Paz, que queda a 30km del Obelisco, y era muy típico que en cada estación de tren antes había la misma estructura: estaba la plaza central, la municipalidad, el colegio público, la iglesia y la sala de cine. Era parte de un combo de oferta de la vida urbana a nivel local que hoy en día se perdió. Todas esas salas de cine que se perdieron hoy son bingos, iglesias, locales de ropa o lo que fuera, también estacionamientos. Con lo cual, el hecho de que ustedes hayan conservado el cine es algo que, en principio, hay que valorar más allá de que vaya mucha gente o no. En sí mismo es una victoria. Hay que ver cómo lo refuncionalizaron, digamos. Por lo que me comentabas funciona como pantalla de cine INCAA y además hace otras cosas. Habría que definir qué son los espacios culturales (porque habría que ver hasta dónde llega la cultura) pero, en principio, todos esos espacios son lugares de encuentro para la comunidad vinculados a la formación, al entretenimiento también. Así que supongo que las metas del cine de Unquillo vienen por ahí. El hecho de que tenga administración pública eso seguramente afecta sus metas y sus objetivos.

C: ¿Cuáles creés que son las mayores fortalezas y las mayores debilidades o amenazas de este tipo de cines?

L: Bueno, como fortaleza lo que te decía al principio vale subrayarlo: el hecho de que exista es una victoria. Después... no conozco Unquillo, pero todas estas salas tienen un potencial enorme en términos de poner en valor lo que tienen, desde la infraestructura hasta el lugar que tienen en el espacio público. Supongo que está cerca del centro de la ciudad, con puntos de acceso clave, así que todo eso se puede poner en valor. Acá hay algunas experiencias: por ejemplo en El Palomar, que tienen una sala muy grande y antigua también, lo que hicieron fue reactivarla como un espacio que a veces funciona como teatro, a veces como cine, ahora agregaron el festival de cine Palomar que está muy piola con gente con muchas pilas. Entiendo también que hay una estructura de apoyo público y privado que obviamente los privados van a querer ganar plata y los públicos van a querer que funcione, que la gente participe, etc. La amenaza es que la gente no vaya. Ahora, si la gente no va es por algo. Puede ser porque la gestión sea muy mala, puede ser porque la oferta no alcance a ningún público, porque haya una combinación de públicos que no funcionan. Por ejemplo, muchas veces vos querés tirar un producto de oferta cultural “de culto” pero ese público o no existe o no está llegando. Algo que funciona muy bien en el interior, por lo que charlé con productores, directores y distribuidores de cine, es cuando un espacio invita a alguna personalidad para realizar una actividad en torno a la proyección de una película. Es decir, no es solamente poner una persona que venda tickets y un acomodador, sino que se genere un evento cultural en torno a la proyección de una película, ya sea una ronda de preguntas o alguna actividad con chicos de los colegios. Digamos, me parece que el primer objetivo de todo espacio cultural es llenarlo de gente. Hay una frase de Hitchcock que a mí me gusta mucho que dice “el cine es el arte de llenar butacas”. Me

parece una frase muy provocadora pero al mismo tiempo me parece clave porque, en general, cuando pensamos en las prácticas culturales obviamos el aspecto fundamental y es que se produzca un encuentro. Hay cultura cuando la cultura circula y cuando hay alguien que la decodifica, la recibe, la resiste, lo que quieras. Pero si no hay un espectador, no hay verdaderamente un encuentro cultural. Hace poco tuvimos que escribir la introducción de un libro con una colega y encontramos una frase que nos gustaba de Cortázar que dice “un puente es un hombre cruzando un puente”. Bueno, en un cine pasa lo mismo: un cine es una persona sentada en el cine. El edificio vacío no sirve para nada. Por más de que esté proyectando cine-arte o cine de culto o lo que quieras, no va pasar nada.

C: En relación a eso, el encargado del cine de Unquillo me comentaba que para acercar a la gente al cine pasan también películas comerciales infantiles sabiendo que son películas que convocan.

L: Sí, eso me parece clave. Digamos, todos empezamos más o menos por el mismo lugar. Yo me acuerdo que de chico mi mamá me llevaba a la sala de San Miguel e íbamos a ver las películas de Hollywood: Batman, Bambi, esas películas. Pero así también se crea un espectador. Primero lo llevás de la mano, ve lo que le ofreces y después le das opciones para que vaya eligiendo. Ahora, si no lo llevaste, no descubrió que ese evento cultural podía ser significativo para él o incluso transformador (porque hay muchas personas que ir a una sala de cine de chicos les cambió la vida). Ahora, para que esa posibilidad exista, primero tenés que entrar por algún lado y ese lado puede ser cualquiera. A mí me encanta ver Tarkovski, Herzog, pero no fue lo primero que vi. Si me hubieran llevado a ver Tarkowski el primer día seguramente hubiera odiado el cine.

C: Claro. También hablando ayer con el director de la sala me contaba de personas que van siempre a ver las películas del INCAA y familias que van siempre a ver las películas infantiles ¿Cómo pensás que se da esta fidelización del público?

L: Y, es el aspecto clave la fidelización ¿Cómo se da o cómo lograrlo? no sabría la clave, creo que nadie la tiene, ese es el problema. Pero, en principio, creo que tiene que ver con esto que comentaba antes de generar un espacio de encuentro, digamos. Que vos no llegues a la sala y el boleterero te diga “sí, a la izquierda. Sí, a la derecha, son \$30, etc”. Digamos, que haya un vínculo. No necesariamente personal, porque no podés desarrollar un vínculo personal con todo el mundo, pero sí que la persona que vaya a la sala sienta que hay un elemento que lo interpela a nivel personal. Digamos, ya sea porque es un lugar que siente como que es su casa, o es un lugar donde se puede encontrar con vecinos a tomar un café... no sé si tiene algo de eso.

C: No tiene un café al lado ni nada, pero sí está rodeado de comercios. En frente de la iglesia, en frente de la plaza.

L: Mirá, hay un tipo muy importante, un distribuidor que es un capo, se llama Octavio Nadal, es un tipo extremadamente inteligente. Lo entrevisté hace dos años y revisando esa entrevista, en un momento de la charla surgió la pregunta por el modelo Francés, que siempre se cita como el modelo adecuado. Francia tiene dos circuitos de salas: el que tenemos nosotros y después tiene un circuito que se llama Salas de Arte y Ensayo que son salas subsidiadas por la CNC (que sería el INCAA de ellos) y para recibir el subsidio tienen que cumplir determinados requisitos. Entre ellos proyectar x películas de x nacionalidad y además generar algún espacio de actividad, de formación cultural. Ya sea para los colegios, para la universidades o algo con los vecinos, y una cosa que decía era que las salas multiplex funcionan porque facturan mucho en pochoclo y demás. Lo que pagan de impuestos por la venta de pochoclos es ínfimo en comparación a lo que pagan en impuestos por cada entrada de cine. Con lo cual, la rentabilidad del pochoclo es mayor a la de la entrada. Bueno, toda una explicación económica hacía el tipo. Lo que habría que hacer acá es el modelo “Malbec”. Si vos al vecino le ofrecés una copa de Malbec, el tipo se va a quedar un rato largo, se queda charlando, ese lugar se va a transformar en un punto de encuentro y en torno ese punto de encuentro va a venir más gente, porque funciona de boca en boca. Digamos, yo creo que si no vinculás a la comunidad de algún modo, la comunidad no se va a quedar. En algún punto, va a terminar como un cajero automático, en el que entrás, salís, sacás plata. Y creo que lo que hay que evitar es eso, en cualquier espacio cultural ¿no?

C: Sí, sí, seguro.

L: Pero para hacerlo necesitás recursos. Además del tipo que venda entradas y del programador, alguien que se encargue de estar presente ahí en la antesala de la proyección.

C: ¿Cómo creés que un cine de estas características contribuye al desarrollo cultural local?

L: Es difícil pensarlo sabiendo que lo que nosotros llamamos contribución lo está haciendo Netflix, lo está haciendo la televisión, Instagram, Tik tok. Hace poco me junté con una serie de productores que

quieren armar una ley de cine en la provincia de Buenos Aires y yo les decía que obviamente toda política cultural busca generar un ciudadano, un espectador, etc. pero no perdamos de vista que eso es más difícil hacerlo con el cine que hacerlo por otros medios. En algún punto, la televisión y las redes sociales ocupan un lugar en la vida de los adolescentes y los jóvenes que aunque lo conozcamos, no tenemos forma de dimensionarlo porque no tenemos esa edad y no vivimos ese ecosistema mediático. Y eso me parece clave. Primero, tenemos que reconocer que no podemos, a través del cine, cambiar el mundo ni cambiar una ciudad, no se puede. Segundo, sí podés ofrecer una alternatividad diciendo “bueno, ¿ves toda la experiencia mediática que vos tenés? Está buenísima, no estamos en contra, no odiamos las redes sociales - yo también uso redes sociales y no voy en contra de las redes sociales- pero también esto otro es parte del menú que tenés a disposición”. El Estado tiene que tomar esa función. Decir “mirá, existe todo esto que vos conocés y además existe esto: hay bibliotecas, cines, teatros. Espacios físicos a los cuales para ir tenes que salir de tu casa”. Yo creo que, en ese sentido, que esos espacios no van a morir nunca porque siempre vamos a tener la necesidad de salir de nuestra casa, de vivir una experiencia extraordinaria en el sentido de que sale de lo ordinario. Porque vos cuando entrás a la sala apagás el celular, te concentrás durante dos horas para ver un espectáculo, en silencio, con otros - más allá de que a veces no se apaga el celular y la gente mira Whatsapp y demás. Pero creo que la función del Estado tiene que ser la de mostrar que existe todo este otro mundo que está bueno y que puede gustarte. Si no te gusta y no lo disfrutás, fantástico, pero el Estado cumplió su función y lo demás será función del ciudadano que elige una cosa o la otra.

C: Relacionado con eso ¿Cuál creés que es el rol sociocultural de una sala de cine de estas características? Siendo un cine histórico de un pueblo o ciudad pequeña.

L: Me parece que tiene que ver con diversificar la imagen que vos tenés del mundo, creo que la cultura un poco se dedica a eso. Todos tenemos experiencias mediáticas ¿qué quiere decir esto? Que tenemos una experiencia que no tenemos de modo directo. Yo no conozco China, por ejemplo. Todo lo que sé sobre China, lo sé por los medios de comunicación. En ese sentido, los medios de comunicación nos permiten tener una imagen del mundo mucho más amplia que la que tenemos por nuestra experiencia directa. El cine, en ese sentido, sería una ventana más donde diversificamos nuestra experiencia del mundo. Esa ventana, en algún momento fue la principal, hasta los años '60, y por eso creo que el cine hereda ese espíritu - que a muchos nos lleva a creer que el cine es mucho más importante de lo que creemos. Me parece que el cine fue fundamental y no sé si es tan fundamental ahora. En todo caso, es una parte fundamental de un circuito. Porque el cine es donde se empiezan a valorar las películas. Ahora, bueno, eso deberíamos ponerlo entre paréntesis porque hay películas que van directo a las plataformas. Pero incluso en las películas que se estrenan en las plataformas y las que más se ven en televisión son las que se vieron mucho en las salas de cine. Entonces funciona, primero, como un lugar que te permite medir la repercusión que va a tener la película y, segundo, genera un volumen de publicidad de la película que estás promocionando, que de otro modo no lo tendrías. Hasta el día de hoy hay secciones en los noticieros, donde se habla de los estrenos de los jueves. Eso existe porque existen los cines. Está cambiando y va a seguir cambiando, las plataformas van a ocupar cada vez más el centro, por me parece que un poco la respuesta viene por ahí.

C: Desde Espacios INCAA uno de los objetivos es pensar a la sala de cine como emprendimiento cultural, comercial, espacio de esparcimiento y demás ¿Cómo creés que se piensan más? ¿Cuál de estos aspectos creés que es el protagonista?

L: Espacios INCAA es una política que, en principio, reconoce que hay un problema, hacen un diagnóstico y encuentran que hay muchos lugares que no tienen una sala de cine o hay salas de cine que están al borde de la extinción, entonces el INCAA hace una política que cumple, por lo menos, tres funciones. Primero, que haya pueblos o ciudades que no pierdan sus salas. Segundo, en aquellos pueblos o ciudades en donde no hay salas, crea una oferta que antes no existía. Y tercero, Argentina es un país que, en los últimos años, produce más de 200 películas y esas películas no encuentran salas. Entonces el programa Espacios INCAA le permitió a muchas películas nacionales que estaban destinadas a no estrenarse, tener un lugar donde estrenarse. Esos tres objetivos, si los evaluo así te digo “es fantástico Espacios INCAA, es una política transformadora”. Ahora, en la práctica, vos vas a ver los Espacios INCAA y...el Gaumont es una cosa que acá funciona maravillosamente bien e incluso capaz que da ganancias, que no es el objetivo, pero si lo hiciera sería casi un milagro. Todos los demás, estoy seguro que si no fuera por la banca del INCAA, irían a pérdida. Yo a veces viajo por laburo al interior y siempre me fijo si hay una sala INCAA, paso y veo y he visto cosas muy tristes. Nada, está buenísimo igual. No



me gusta ser muy crítico de la política Espacios INCAA porque, la verdad, hacer cualquier cosa con ese objetivo, es probable que no triunfe. entonces cualquier intento me parece que vale la pena. Pero creo que hay que evaluar cada sala, y después, si se pudiera, hacer una evaluación general sobre el programa. Creo que si el programa logra que un espacio funcione con público privado, y que le de rentabilidad al empresario, y al mismo tiempo, permita proyectar determinado cine, me parece que está bueno. O sea, si funciona la sala, si se mantiene y se puede mantener, me parece que está buenísimo y es un triunfo, más allá de que la política de programación pueda parecerme buena o mala. Entiendo que si yo fuera un empresario de una ciudad chica o pueblo y me dicen que tengo que pasar cine argentino de directores que no conoce nadie, con actores que no conoce nadie.. “y, no. A mí dame una de Darín”, yo diría eso. Porque para pasar una película que no mira nadie, que no tiene actores conocidos, yo necesito la otra que me banque. el cine funciona así. Se producen cientos de películas al año y hay unas 12 que te salvan o 12 que recuperan la inversión. Hollywood lo piensa así, produce un montón de películas pero sabe que el 10% tiene rentabilidad y lo que hace después es venderlas en combo. Es decir, si vos querés la de Tom Cruise, tenés que comprar también la de un actor X que no la va a ver nadie. Entonces te meten en un paquete 10 películas, de las cuales a vos te interesaba una sola nomás. Entonces me parece que hay que pensar el cine como un sistema, en el cual tenés cosas que te gustan y cosas que te gustan menos, pero tenes que hacer que convivan porque si pensás solo en las que te gustan no va a funcionar y, por supuesto, si pensás en las que no te gustan, tampoco. De esto, hay una lado piola en la ley de cine que es que todas las películas aportan al fondo de fomento. Es decir, vos por cada entrada que pagás en el cine, el 10% del valor de esa entrada va al fondo de fomento que es el que permite financiar la realización de películas, Entonces hay que pensarlo sistémicamente. Hay gente que odia a Campanella y dice que no hay que financiar esas películas o también odian a Cohen y Duprat, pero bueno, el cine argentino es todo eso. No es solamente Lucreia Martel. Yo trato de ser bastante desprejuiciado porque cuando ves cómo funcionan las cosas, te das cuenta de que están conectadas entre sí.

C: Uno de los grandes objetivos del programa Espacios INCAA es socializar el acceso al cine ¿cómo creés que esto funciona en las salas?

L: Primero, que exista un espacio que ofrezca una experiencia que, a lo mejor, no se podría ofertar si no fuera por eso. Otra cuestión es que el cine está hecho para gente que tiene auto hoy en día. Acá, salvo en el centro, los shoppings están en la panamericana con un montón de salas de cine. Eso se produjo a nivel mundial también. Entonces, como las salas más cercanas a Unquillo están a 10km, con más razón me parece que la sala de ahí ofrece una experiencia para la gente que no tiene auto, para la gente que no puede pagar la entrada de \$250. En principio, ofrece una experiencia cultural relevante, a un precio super accesible y en un lugar al que seguramente mucha gente tiene la posibilidad de llegar, ya sea por medios de transporte o a pié o lo que sea.

C: Otro de los objetivos plantea que los Espacios INCAA contribuyan con la formación de identidad nacional, el respeto por la diversidad y la promoción cultural. Sobre esto me interesa preguntarte si creés que es así y en qué sentido.

L: Yo creo que se pone el objetivo y se dice “vamos hacia allá”. Si se cumple o no ya es más difícil de medir porque efectivamente tendrías que ver si hay público para esas salas. Lo que te decía antes, si no va nadie a esa ver a oferta, entonces no estás cumpliendo con ese objetivo y eso es un problema metodológico, epistemológico super complejo. ¿Cómo medir si efectivamente tenemos mayor o menor diversidad cultural? La diversidad cultural es un objetivo de UNESCO, por otra parte. La convención por la diversidad cultural de UNESCO es un documento que se publicó y se aprobó en 2005 y es fundamental porque, había una discusión entre Estados Unidos y Francia en los ‘90 en torno a cómo se iban a tratar las expresiones culturales, dentro de las cuales están las películas. Estados Unidos promovía la desregulación del cine, es decir, que vos pudieras dejar entrar a las películas a los países del mismo modo que dejás entrar zapatos, tornillos, como una mercancía cualquiera. Francia y Canadá promovían la excepción cultural, es decir, sacar a las expresiones culturales de los tratados de libre comercio. Todo eso comenzó en los ‘80 pero tuvo su auge en el 1993 y 1994, pero en el 2005 Francia terminó por imponerse en la discusión normativa por encima de Estados Unidos. La diversidad cultural primero dice que los países no solo pueden proteger su cultura, sino que además tiene que hacerlo, es una función indelegable de los Estados Nacionales. Entonces cuando vos leés los objetivos del programa Espacios INCAA que habla de diversidad cultural, siempre hace referencia a diversidad cultural de UNESCO. Pero bueno, la diversidad cultural es algo que hoy se protege y se promueve. Todas las instituciones

culturales argentinas lo asume como un objetivo porque Argentina adhiere a la convención de UNESCO y, además, porque las políticas culturales argentinas son muy francófilas, tendemos a copiar lo que hace Francia (con la enorme diferencia de recursos que existe). Yo creo que al Estado hay que evaluarlo por lo que intenta hacer, no por lo que hace porque lo que hace está determinado también por una infinidad de factores que son incontrolables. Argentina, más allá de la gestión de cada gobierno, me parece que está llena de buenas intenciones. Vos leés los documentos y tienen una serie de principios que son conmovedores. Vos decís “este país es maravilloso”. Después tenemos muchas dificultades para implementarlo, pero bueno, ya que por lo menos exista el objetivo me parece que es algo que tiene que ser valorado. Las salas INCAA contribuyen en el sentido de que tienen un objetivo, lo interpretan y tratan de llevarlo a la práctica.

C: Otro de los objetivos que también es lo que vos mencionabas al principio es fomentar el encuentro entre el público y el realizador o la realizadora audiovisual ¿Cuán importante creés que son esos encuentros?

L: Me parece que son muy importantes. Primero, porque generan publicidad ya que es probable que alguien de la radio local o del diario local lo levante. Segundo, porque a las personas mismas les interesa conocer un poco más cómo funciona lo que está detrás de la pantalla y detrás de cámara. Yo cuando estaba en el secundario, fue un tipo que no sé ni quién era pero trabajaba de iluminador en canal 13. Ni siquiera me acuerdo exactamente qué dijo pero era un tipo que hablaba de algo que vos no te imaginás y me pareció interesante. Siempre es bueno conocer un poco como funciona la cocina de todas las cosas o siempre a uno le genera intriga. Creo que eso está bueno. Y, por otro lado, es probable que haya un estudiante que está terminando el secundario y a lo mejor dice “bueno, yo me voy a dedicar a escribir guiones de películas”. En un sentido lo que eso estimula son vocaciones que, a lo mejor, no se producirían si no tuvieras ese tipo de diálogos. Siempre hay un chiste entre los distribuidores de cine que dice que nadie de chico quiere ser distribuidor de cine, todos quieren ser directores, actores, pero distribuir las películas no. Y, de hecho, eso es uno de los problemas grandes que hay: los distribuidores no se formaron como distribuidores, se formaron como productores y terminaron asumiendo ese rol que no estaba escrito en el destino de nadie. Entonces, creo que compartir experiencias profesionales puede ayudar a desarrollar vocaciones que, a lo mejor, no estaban previstas o a nadie se le hubiera ocurrido dedicarse a eso. Me parece que es fundamental, sobre todo en los jóvenes y niños, generar estímulos que permitan proyectar una realidad distinta. No sé, en Argentina cuando sos chico te llevan a La Rural a ver vacas, porque somos un país que se dedica a producir vacas nada más. Pero, por suerte, a alguien se le ocurrió que había que hacer algo distinto y se hizo Tecnópolis y ahora los pibes van y quieren ser astronautas, quieren largar satélites, quieren dedicarse a la música, a la realización audiovisual. Me parece que hay que ofrecer un menú de opciones más amplio. El Estado tiene que tener esa función, tanto dentro como fuera de la cultura. Decir “mirá, podés hacer todo esto: podés ser ingeniero, cineasta, músico y vas a tener estas posibilidades y también estos problemas”. Yo soy decente en una carrera de comunicación en la que los pibes entran con unas vocaciones que te dejan helado. Es muy frecuente que te digan “yo quiero ser periodista deportivo” y está buenísimo y no tengo nada en contra de eso, pero a lo mejor no es la mejor carrera porque te vamos a dar muchas herramientas pero si vos querés dedicarte específicamente a eso, lo más probable es que te convenga otra cosa, no lo sé igual. A lo que me refiero es que siempre nos encontramos con un montón de aspiraciones que también proyectan una serie de problemas o dificultades muy amplia. Es una carrera que abarca mucho y aprieta poco, en el sentido de que ofrece muchas salidas pero no te asegura ninguna, entonces si vos querés tener un destino seguro, estudiá ingeniería o programación. De todas maneras vos no podés transformar nada. En todo caso podés generar un menú de opciones dentro del cual el sujeto puede encontrar un camino que le interese. En ese sentido, está bueno siempre, sobre todo cuando sos pibe, que te traigan a alguien que es capo en un tema que te interesa. Es fundamental. Me parece que es súper estimulante, más que nada cuanto más especializado es eso que a vos te interesa. Por ejemplo, al pibe que le gusta la iluminación o los aspectos técnicos de la imagen, a esas cosas no las encuentra en la escuela y seguramente tampoco las encuentre en su ámbito de experiencias cotidianas, necesita que venga de afuera. Lamentablemente cuando decimos de afuera, tendemos a pensar que viene, en el caso del interior, de Buenos Aires y, en el caso de Buenos Aires, de Estados Unidos o qué sé yo. De afuera me refiero a un ámbito que no es el tuyo. En todas las universidades hay gente brillante y vas a encontrar cosas que están buenas y que a cualquier pibe le pueden interesar si las descubre. Lo que tenemos que hacer es que las descubra, que exista esa posibilidad.

C: Pasando a lo que sería salas de cine antes estas nuevas forma de consumo digital, principalmente en plataformas, preguntarte si considerarás que es una desventaja el hecho de que cine ofrezca una programación, con horario específico, en un espacio determinado ante la posibilidad de autoservicio y de crearse su propio espacio-tiempo que tiene el usuario de la plataforma a la hora de ver una película.

L: Sí, lo que creo que pasa y viene pasando, no es algo que se produzca sólo por las plataformas, es que el cine está perdiendo un poco de centralidad. Tiene más competencia pero, por otro lado, el mercado de las plataformas está en conformación todavía, yo no diría que ya está y va a ser así siempre. Me parece que los precios están extremadamente baratos y esto lo hacen para penetrar en los mercados y sumar gente. Netflix, por ejemplo, lo hace para ocuparle la cancha a Disney que venía atrás, etc. A lo que me refiero es que los precios van a ser mucho más caros en algún momento porque estos servicios están funcionando a pérdida. Lo hacen porque tienen una espalda económica enorme y en algún momento se va a venir el guadañazo y nos van a cobrar el doble de lo que estamos pagando y ya no nos va a parecer tan barato. Con lo cual, no haría una evaluación de lo que está pasando ahora. Sí me gustaría pensarlo más en un mediano o largo plazo. Pensar que, por un lado, se fortalecen las tendencias relacionadas con el consumo hogareño, aparece también una tendencia que antes no existía que es la del consumo en movilidad, es decir, por ejemplo mirar una serie en el bondi, pero al mismo tiempo, estar tanto tiempo en casa nos genera la necesidad de salir. La mejor muestra es la realidad que estamos viviendo: ahora la gente quiere ir a lugares a donde antes no iba. Cuando termine todo este quilombo yo creo que vamos a salir desbocadamente a buscar los lugares a los que nunca fuimos o a los que íbamos con frecuencia y nos gustaban. Con lo cual, hay una dialéctica entre lo hogareño y la salida que va a estar siempre. Después tenemos que pensar si va haber la misma cantidad de salas. A lo mejor no, a lo mejor vamos a tener menos, pero en principio no va a morir el cine como tampoco murieron los teatros ni los espacios de recitales. Yo creo que un buen ejemplo son los recitales. Música podés escuchar en tu casa todo lo que quieras. Ahora, no tiene nada que ver con escuchar música tocada en vivo en un recital, dónde estás con otros, tomás una cerveza, empezás a saltar o lo que fuera. Creo que la experiencia situada tiene algo que vos no lográs, de ningún modo, en tu hogar por más que tengas la mejor pantalla o el mejor sistema de sonido. No la reemplaza. De todas maneras, está pasando lo mismo con la docencia universitaria. Hay estudiantes que están pudiendo cursar más que nunca porque no tienen que ir físicamente ni viajar una hora en transporte público, entonces pueden cursar más y mejor. Después tenés otros que tienen problemas en sus casas porque viven con una familia muy numerosa y no tienen lugar o no tienen una buena conexión a Internet. Por otro lado, ese es otro gran problema en nuestro país: hay grandes partes del territorio nacional donde el ancho de banda es prohibitivo para que uses Netflix. El año pasado fui a un congreso en Salta y dije, “bueno ahora todo el mundo mira Netflix ¿no?” y en el congreso se armó una charla en torno a eso y la mayoría de las personas que estaban, o no tenían Netflix o no tenían un ancho de banda que les permitiera ver contenidos con regularidad, es decir, sin que se corte. Entonces, muchas veces damos por sentado que ahora todo el mundo se volcó a las plataformas y hay varios obstáculos muy duros. El primero es la conexión. El segundo es el costo. A mí me parece barato Netflix pero probablemente a mucha gente no le parezca barato y además necesitás una tarjeta de crédito en un país que tiene una bancarización muy baja donde no todo el mundo tiene tarjeta. Por otro lado, tampoco está bueno ver películas en una notebook, en un celular o en una pantalla chica, que es lo que hace mucha gente. Incluso mucha gente que paga Netflix, mira en la compu porque no tiene un televisor para enchufarla o lo que sea. Creo que sí, si me preguntás “¿Netflix le saca público a las salas?” te digo sí. ¿Cuánto? No tengo la menor idea. A principio de año estuvo el capo de Netflix acá en Argentina y dijo que 4,5 millones de argentinos están suscritos a Netflix, es decir, el 10% de la población. Es decir, el 10% de la población tiene la capacidad de ahorro como para darse esos lujos. Y a las salas de cine, según las encuestas de consumos culturales, asisten 1/3 de la población. Es decir, el 33% o el 35% de la población fue a una sala de cine en el último año. Sobre todo por una cuestión generacional, la gente grande tiene más dificultades para estar canchera con Netflix y demás, con lo cual, eso también es un problema porque los que hacen estudios de mercado te dicen que las salas de cine tienen un público que está envejeciendo, digamos. Los pibes de 20 años son los que menos van al cine, o sea, van cuando son muy chiquitos y los llevan los padres o van cuando ya son muy grandes. Y ese es un problema porque los que más plata gastan o los que más necesidad de salir tienen, son los que menos van al cine. Con lo cual, yo creo que hay que pensarlo desde una perspectiva más antropológica y pensar dónde busca la gente el entretenimiento, dónde la gente socializa. Acá, por ejemplo, los centros culturales se llenaron de pibes que van a tomar birra y está buenísimo porque si van a tomar birra prefiero

que sea en un centro cultural y no en un boliche, porque apoyan con plata para que esos lugares se mantengan y puedan seguir ofreciendo cursos de teatro para chicos, clown, o lo que sea. Creo que hay que pensar la cultura en relación con su dimensión material. Es decir, cómo se vuelve sostenible o sustentable.

C: Volviendo a lo que mencionabas recién sobre esto de que la experiencia cinematográfica no se puede sustituir con la experiencia hogareña. En ese sentido, ¿creés que lo que pasa dentro de la sala es una ruptura con lo que pasa afuera?

L: Yo creo que un poco te olvidas de todo cuando estás viendo una película, del mismo modo que el tipo que va a la cancha a putear a los jugadores o a los árbitros de algún modo quiere olvidarse de su laburo, de su familia, de sus compañeros, de su facultad... no sé. Me parece que tiene que ver con esa necesidad de ficción, porque eso es un poco la ficción: escaparse de la realidad inmediata que nos rodea. Así como algunos se dedican a leer literatura, otros van a la cancha a putear, otros van al cine. En ese sentido, creo que el cine cumple una función de evasión, pero una evasión positiva, en el sentido de que todos necesitamos salir del entorno inmediato. Si nos dedicáramos a la contemplación de la realidad que nos rodea, sería un bodrio tremendo. Yo creo que en ese sentido el cine, como todos los medios de comunicación, estimulan una imaginación que es central en la modernidad.

C: ¿Y vos pensás que esa evasión o ese escape a nuestros problemas de la cotidianidad se da más en la sala de cine que mirando, por ejemplo, Netflix en la compu de una casa o en el celular?

L: Creo que sí por el hecho de que no estás en tu casa. Cuando estás en tu casa podés poner pausa, ir a la heladera, agarrar un queso o un vaso de vino o lo que fuera, pero seguís estando en tu casa. Después tenés que lavar la copa de vino y el plato donde pusiste el queso. Estás atrapado en tu casa aunque estés súper cómodo. Me parece que tener que salir de tu casa, vestirse, requiere un compromiso por parte del sujeto con la actividad que en su hogar no lo tiene. Es decir, si yo voy al cine me tengo que comprometer a que voy a estar dos horas sin mirar el celular, sin bostezar, sin molestar a los que me rodean y ese compromiso es parte central del hecho de ser espectador. Ana Rosas Mantecón habla de pacto de lectura donde analiza el compromiso de los espectadores con el evento cinematográfico. En ese sentido, sobre todo los que son más cinéfilos, tienen un compromiso con el cine que es una devoción casi como de tipo religiosa o como el tipo que va a la cancha todos los domingos. El cine para las personas que son cinéfilas, es parte de una serie de actividades y un compromiso mucho más amplio, que requiere también participar en discusiones con amigos, en foros, en medios virtuales o leer revistas sobre cine. Digamos, el cine ocupa un tiempo importante en la vida de esas personas que son muy cinéfilas. Después están los otros que no son tan cinéfilos y que van al cine regularmente. Pero esas personas con compromiso especial, que podríamos llamar cinéfilas, siempre van a seguir existiendo. Creo que buena parte de las salas se va a mantener por eso.

C: ¿Cuál creés que es la mayor diferencia entre ver una película individualmente y verla colectivamente en una sala? ¿Qué importancia tiene esa diferencia?

L: Creo que el cine genera una atmósfera en el sentido de que vos entrás, tenés un hall donde empezás a encontrarte con otros, después pasás a la sala donde estás con esos otros pero a oscuras, donde no te podés mover demasiado y tenés que quedarte sentado. Eso genera una predisposición especial. Es un compromiso mutuo no sólo con el espectáculo cinematográfico sino también con los otros. Y eso pasa también en el teatro, digamos. Cuando vas a un teatro, ya sea el más grande o el más chiquito, tenés la misma lógica o el mismo ritual. En ese sentido el cine, como el teatro, es un ritual. Yo creo que esa parte del hall cuando vas entrando a la sala de cine, lo que hace es marcar la diferencia entre lo ordinario y lo extraordinario, es decir, es la zona liminal donde vos pasás de un lugar a otro (un lugar metafísico, si se quiere).

C: Y dentro de esta diferencia entre ver una película solo en tu casa o este ritual al que te referís del cine, un ritual más colectivo ¿qué importancia tiene, para vos, la diferencia de la co-presencia física y estar con muchos cuerpos en un mismo lugar?

L: Bueno, como todo evento en el espacio público o semipúblico genera un compromiso. La co-presencia siempre genera un vínculo con el otro aunque no interactúes, porque en la práctica estás interactuando. Por ahí no estás hablando o discutiendo con la otra persona pero, de algún modo, a través de la gestualidad o de tu comportamiento o conducta estás dialogando con los demás. Yo creo que hay que pensar al cine no sólo como esas dos horas en las que estás en la sala, sino en todo el trabajo que hacés desde que salís de tu casa hasta que volvés, que es parte de la experiencia. Cuando hablamos de la experiencia hablamos de todo el combo.

C: ¿Cómo creés que la pandemia afecta o va a afectar a este tipo de cines cuando vuelvan, por más de que sea con protocolo? ¿Cómo creés que esta cuestión de la co-presencia y la proximidad corporal va a afectar en la convocatoria de público?

L: Hay mucha incertidumbre todavía. No tengo la menor idea como son los protocolos, imagino que van a ser un problema para los lugares que se llenan. Es decir, si vos tenías una capacidad que sólo se llenaba en un 30%, mucho no te va a cambiar la vida. Vas a poder seguir teniendo tu mismo público. Yo creo que va a funcionar pero hay que ver qué hacen con el precio de las entradas todos los espectáculos, el cine, el teatro y todos los espectáculos públicos. Yo creo que se van a ir bastante para arriba y nosotros vamos a estar dispuestos a pagarlos igual porque hace tanto que no vamos, que lo vamos a pagar igual. Yo hace ocho meses que no voy al cine, entonces que me lo cobren un poco más caro al principio no me enoja, después sí me voy a enojar. Pero después, yendo a las políticas de las salas, como la sala de Unquillo, creo que el hecho de que puedan volver a funcionar va a ser una buena noticia para todos: para los espectadores, para la gente que gestiona la sala, para el tipo que trabaja ahí que también debe estar cansado de estar en su casa y no poder hacer su trabajo en el lugar. Hay que pensar el modelo económico de los espacios culturales, siempre hay que pensarlo pero sobre todo ahora. ¿Qué va a pasar con las entradas de la sala? ¿A cuántas personas pueden dejar entrar? ¿Cómo van aplicar los protocolos? Porque ya me imagino que al principio vamos a arrancar con alcohol en gel en todos lados y en la semana siguiente vas a volver al lugar y la gente ya va a estar haciendo cualquiera. Creo que hay que pensar bastante en las estrategias de las salas pero seguir de cerca el tema de los públicos, es decir, qué es lo que va a hacer la gente con los espacios.

C: ¿Vos pensás que es más la gente que tiene ganas de volver al cine o más la gente que, por ahí, está más reacia o con miedos de volver?

L: Si tengo que ser sincero, desconozco completamente. A mí no me entra en la cabeza la gente que en medio del peor pico de la pandemia quería ir a tomar una cerveza. O sea, como individuo no lo entiendo. Como persona formada en las ciencias sociales tal vez sí entiendo esa necesidad de salir, incluso corriendo ciertos riesgos estúpidos, pero no podría hablar de lo que va a pasar. Yo tengo muchas ganas de volver al cine y al teatro pero urgencia no tengo, o sea, si tengo que esperar dos meses más o tres meses más, espero. Entonces, hay prioridades que cada uno maneja de un modo específico y es muy difícil clasificarlas. Sí va a ser clave la forma en que el espacio hace y la forma en que lo comunica porque si vos haces todo bien pero no lo comunicás, no va a funcionar. Tenés que hacer bien y dar la garantía, por medio de información, a la gente de que va a estar todo bien.

C: Para finalizar te hago una última pregunta relacionada con esta última: ¿qué creés que se va a modificar, a partir de la pandemia y la modificación de las prácticas sociales, en este tipo de salas? ¿Y qué características o singularidades pensás que les van a servir a las salas como caballitos de batalla para agarrarse de esas herramientas y lograr que la gente vaya?

L: Se dice que todas las pandemias dejaron una enseñanza, transformando alguna práctica cotidiana para siempre. Aparentemente antes era muy habitual que la gente ande escupiendo por la calle todo el tiempo, entonces por eso vemos los carteles que dicen “prohibido salivar”. Parece que eso responde a que en algún momento hubo algún problema grande con esas prácticas. Con lo cual, tendríamos que ver qué es lo que de esta pandemia va a quedarse para siempre. El alcohol en gel ya medio que lo habíamos incorporado con la anterior, la de la gripe porcina. Ahora el barbijo no sé si se va a quedar para siempre. Y después hay una serie de cuestiones más estructurales que tienen que ver con el volumen de gente. Si los volúmenes de gente que manejábamos en los transportes públicos ya eran insoportables, ahora ni hablar. En los espacios culturales no pasa eso pero sí vamos a tener que tener más cuidado, del mismo modo que después de la tragedia de Cromañón empezamos a prestarle atención a algunas cosas que antes no le prestábamos atención. A veces la tragedia deja enseñanzas. Yo creo que todos los espacios culturales estaría bueno que tengan un dispenser de alcohol en gel porque la práctica ya está incorporada, yo la botellita de alcohol en gel la tengo siempre en la mochila. Esas cosas las va a incorporar el individuo antes que las instituciones. Si pasa sería deseable, es decir, que todos los individuos lo incorporen. Me parece que llama la atención la necesidad de pensar en mecanismos que ayuden a que se sostengan las salas. Es algo que siempre se habla y hay un montón de leyes, algunas mejores que otras, pero por ejemplo la ciudad de Buenos Aires tiene una cantidad de espacios culturales impresionante y nunca están conformes. Parece que hay una concepción cultural en la ciudad de Buenos Aires que está pensada para los grandes peces y no para los espacios chiquitos que forman a un montón de gente y que son el potrero, digamos. Hay dos concepciones en la cultura: o vos pensás política cultural

para los potreros o pensás política cultural para los fuegos artificiales. A mí me encanta el BAFICI, está buenísimo. Ahora, si la ciudad hace sólo eso y descuida a los potreros me parece que está muy mal y creo que es lo que viene haciendo. Pero hay que pensar en mecanismos de sostenimiento de la cultura en un sentido amplio. No es nada nuevo que la cultura es el primer sector que se resiente ante cualquier crisis. Si a vos te bajan el salario no vas a dejar de comprar arroz, vas a dejar de comprar libros o vas a dejar de ir al cine. Eso es así y pasa en todos lados. La diferencia en Netflix es que como no pagás por unidad sino que pagás por abono, lo mantenés. Y además te aseguras una cantidad de oferta. Con lo cual, yo creo que lo más frágil no es la cultura sino los espacios culturales. Y hay que pensar en algún modelo que les permita sostenerse y un modelo que permita diversificar los espacios, digamos. Que no se lo aprovechen los grandes jugadores del sector únicamente, sino que permita el sostenimiento de los espacios más chicos, eso es fundamental siempre. Porque además están cerca tuyo, cerca de tu barrio, etc. Me parece que sí hay que pensar en una política para la cultura post COVID, hay que pensar en que se generen espacios locales. Nos acostumbramos a que hay que viajar mucho para hacer cosas y eso está mal porque genera un montón de otros problemas. O sea, simplifica un montón de cosas pero complica muchas otras. La mejor prueba son las universidades del conurbano. Antes la gente viajaba dos o tres horas. Hay que repensar varios aspectos de la vida. Creo que no va a pasar y sería una utopía pensar en que vamos a cambiar mucho, pero hay cosas que damos por normales que están mal y no hay que hacerlas más y una de esas cosas tiene que ver con que nos tenemos que relacionar más con el entorno próximo. Si pensás en la región metropolitana de Buenos Aires, que tiene 15 millones de habitantes y es una de las 20 más grandes del mundo, ¿por qué toda la gente tenía que ir a estudiar a la Universidad de Buenos Aires? Era una locura. Ahora tenemos un montón de universidades donde la gente se puede formar, donde más gente se puede formar, porque no todo el mundo podía viajar dos horas. En el mismo sentido hay que pensar todo lo demás: los teatros, los cines y los espacios culturales. Me parece que hay que crear una infraestructura no que encierre al sujeto en su entorno, sino que le de opciones dentro de su entorno para que, en todo caso, si el día de mañana quiere irse a otro lugar, a otro teatro o cine, pueda hacerlo. Es un país con cabeza grande y patas flacas, entonces tenés sobreoferta de lo que se te ocurra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en muchos lugares del interior, o incluso a 30 km de acá, no tenés ni el 1% de esa oferta. O sea, hay un desbalance entre lo uno y lo otro que hay que atacar como un problema y creo que es lo mejor para todos además. No es solamente una política redistributiva para sacarle a capital y darle a las provincias, sino que la redistribución lo mejora todo. Porque también pasa que vos tenés una oferta enorme en la ciudad de Buenos Aires, de teatro por decir algo, porque precisamente no lo tenés en otros lugares. Si vos pudieras diversificar y permitir que surjan cineastas, dramaturgos o directores de teatro en todos lados, es decir, si les dieras oportunidades a esas personas, seguramente tendrías un paisaje cultural bastante más diverso del que tenemos.

C: Bien, buenísimo. Creo que ya me contestaste todo.

L: Buenísimo, cualquier cosa estamos en contacto. Me puedes escribir y mantenerme al tanto de cómo seguís con esto.

C: Dale, muchas gracias de nuevo.

L: De nada, éxitos.

C: Gracias, que andes bien, chau.

## **11. Entrevista Cristina Ramé: nieta de Felipe Ramé (fundador del CMTU) y actual dueña del edificio**

**11/01/2021. Entrevista realizada personalmente en Imprenta Ramé. Unquillo**

C: Hola Cristina, ¿cómo estás?

CR: ¿Cómo te va?

C: Bien, gracias.

CR: Bueno, decime.

C: Bueno, yo el otro día le contaba a tu hermana que estoy haciendo la tesis para recibirme de comunicadora social y para eso estoy haciendo una investigación sobre el cine de Unquillo. No es una investigación sobre el público sino sobre quienes hacen el cine.

CR: ¿Quiénes hacen el cine en qué sentido?

C: Todos los actores involucrados: las personas que trabajan ahí, personas de la municipalidad, gente del INCAA. Y bueno, ya hice varias entrevistas y fue apareciendo esto de pensar en la decisión de ustedes de mantener el cine. Porque por ahí muchos cines que cerraron en los '90 se vendieron a supermercados, estacionamientos, etc.

CR: Sí.

C: Entonces me parece que el hecho de que siga existiendo es muy valioso. Entonces, bueno, si querés podés empezar contándome cómo fue la decisión de seguir teniendo el espacio como cine.

CR: En parte, el hecho es una cuestión económica. Es parte de mí. No me imagino vendiendo eso. Tengo un hijo y también es parte de su futuro. En algún momento cuando mi papá cerró el cine porque no venía gente, bueno, vino una iglesia y se lo alquiló. Hubo alguna vez una intención de querer comprarlo y la respuesta fue no. Y si volviera a existir esa pregunta diría que no, la respuesta sigue siendo no. No me imagino desprendiéndome de eso.

C: Y cuando en el 2008 se hizo el convenio con el INCAA para abrirlo ¿cómo fue?

CR: La persona que estaba como secretario de Cultura tenía la misma idea romántica que teníamos nosotros del cine, o sea, él había venido al cine toda su adolescencia y parte de su adultez. Cuando el intendente viene a hablar con nosotras, era más que nada como para que nosotras lo asesoremos ¿viste? Y ellos hicieron las entrevistas y todo lo demás ellos se pusieron en contacto. Cuando Pino Solanas se enteró de esto, tramitó una máquina y vinieron algunos actores a casa a hablar con nosotros, qué se yo. Y vino una persona que trabaja ahora en el Polo Audiovisual a hablar con nosotros para que fuera un Espacio INCAA, que de otra manera no hubiera podido funcionar. El cine no va a funcionar de otra manera que no sea así. Hay que ser realista. En el cine ahora son muy pocos y está manejado de otra manera. No es la manera en que se manejaba el cine antes. nosotros íbamos a Córdoba, teníamos los sellos en Córdoba: el Columbia, el Universal, el Paramount, Fox. Íbamos ahí y mi papá iba, alquilaba la película para tal fecha, salían de Córdoba, venían para Unquillo. Esa era la idea. Pero bueno, eso fue en otra época. Este es otro mundo, no es el mundo que ellos vivieron. El cine ahora es muy importante y siempre lo fue, lo que pasa es que el hecho de que aparecieron los videos... eso nos mató. Y cuando a mí me dicen “¿por qué no abris el cine?”, les digo “¿por qué no seguiste viniendo?. Si vos hubieras seguido viniendo, yo tendría el cine abierto”. Pero el cine siempre fue en el pueblo un lugar sociológicamente importante.

C: Como lugar de encuentro.

CR: El único lugar de encuentro de la gente del pueblo. Porque no sé porque historia, si abren un restaurante acá, es muy poca la gente del pueblo que va. Se van a Mendiolaza, se van a Villa Allende o Río Ceballos. A lo mejor es para no estar con la misma gente que uno está todo el día ¿no? Siempre fue así. Entonces antes venía la gente, te dejaba a los chicos, se iban, te decían “ya vengo a buscarlos”. Cuidábamos chicos que parecíamos una guardería además de un cine, pero así se hizo el cine. Y ahora, cuando pasaron películas argentinas importantes como las de Campanella, ha tenido muy buena repercusión el cine. Bueno, la pandemia nos mató a todos. Pero si el cine se vuelve a abrir va a tener gente porque es el único lugar de encuentro del unquillense. Y a mí me dicen “pero vos podés andar en calzones o en chancletas acá en casa y ver películas por streaming o por lo que vos quieras” y a mí no me gusta eso. A mí me gusta ir y sentarme. Yo puedo ir en pantuflas al cine si quiero, si yo vivo al lado. Salgo de acá, hago así y voy al cine. Pero no es eso, es el encuentro con el otro. Que no se da en tu casa porque en tu casa vos seguís en una burbuja y te vas aislando y no me gusta, yo no soy de ese tipo de gente. Pero el cine tiene esa magia. El cine, el teatro son lugares de encuentro con otro donde vos podés reírte con otro que no sea tu hermano o hermana, tu mamá o tu papá, sino es como que estamos siempre con los mismos. Ese es mi punto de vista después de tantos años encerrada ahí adentro y viendo eso. A veces la gente del cine me decía “mirá Cristina que viene tal película”, “Muy bien, vamos” y vos te encontrás con gente que no ves todos los días y la conocés de hace años, gente que yo conozco desde chica que no los veo todos los días. Algunas porque ya están grandes, y ves que usan bastón y otras por ahí están enfermas y otras que te los encontrás y te dicen “hola Cris, tanto tiempo sin verte”. Esa es la magia de un cine de pueblo ¿entendés? Por ejemplo cuando vienen obras de teatro que a mí me interesan,

yo voy, a mi me gusta. Desde chica voy al teatro, he ido a ver a los grandes actores argentinos. Pero eso es cuestión de cultura y para mí esa es la esencia de esto.

C: Y si tuvieras que decir las mayores ventajas y las mayores desventajas o amenazas del cine de Unquillo, ¿cuáles serían?

CR: Yo creo que cuando vuelva a la normalidad, no creo que haya muchas amenazas. Porque vos poniéndole las restricciones, el protocolo, dos asientos sí dos asientos no... el cine es grande para lo que se usa. Mi papá cuando tuvimos un problema legal acá en la casa, un abogado le dijo “mire Ramé, su cine es grande, en Europa se usan microcines”. Pero bueno, mi papá estaba empecinado y además no íbamos a ponernos en ese gasto, ya está. Él estaba grande y cansado porque el que daba las películas era él. Entonces, la capacidad del cine es mucha, o sea que da lugar para que vos tengas gente. Y la gente está acostumbrada a ir al cine, si vos le abrí el cine, la gente va. Y aparte porque estaban dando buenas películas. Con la otra intendencia estaba dando muchas películas cubanas, que son en parte las del INCAA también, todo cine latinoamericano. Ese cine no prende acá porque no estamos acostumbrados. No es una cuestión de pasar esas películas... Está bien, son obligaciones legales que son contractuales, digamos, pero no es el cine que nosotros en Argentina estamos acostumbrados a ver. Eso es para una élite, para un grupo chiquitito de gente que yo no lo denosto ni nada pero no es el cine normal, nosotros dábamos cine comercial y vivíamos del cine. Si el cine andaba mal no comíamos, decí que teníamos esto. Siempre hemos tenido épocas en las que esto andaba bien y allá andaba mal y bueno, un poco balanceamos la cosa pero ha sido así. Entonces la gente está acostumbrada... cuando acá dieron la de Campanella, “El Cuento de las Comadreas”, se llenaba el cine pero es un cine más comercial, no es cine sesudo. Cuando mi papá, por ejemplo, programaba las de Bergman o las de Visconti y decía “estas películas son para rayados”. Pero si no dábamos esas películas no podíamos acceder a las otras que sí sabíamos que con esas hacíamos al mango. Era así, porque venían dos o tres y una decía “¿qué estoy haciendo dando esto?” Yo las veía, todo lo que vos quieras pero esa gente salía de ver la película y decían “qué hermoso, qué buenísimo”. Se sentaban en el banco y hacían un tratado de las películas. Yo no sirvo para eso. A mí las películas me gustan o no me gustan, me dejan cosas y ya está. Con eso alcanza. No hace falta hacerse un tratado de una hora, pero esa es mi postura, eh. Yo desde los 15 años que estoy dentro del cine.

C: ¿Cómo pensás que fue cambiando, a lo largo del tiempo, con todo el avance de la tecnología el rol social del cine en el pueblo?

CR: Después de que abrieron ellos, que abrió la muni, a la gente le costó un poco entrar porque la primera época era esta onda así medio extraña y le gente decía “¿y esto qué es?”. Pero después empezaron a traer películas de chicos, por ejemplo. La gente creía que iba a ver cine comercial y se encontraba con otra cosa. Pero cuando empezaron a dar vuelta porque se dieron cuenta que no funcionaba así la mano, empezaron a encontrarle la vuelta y empezó la gente a ver que traían películas que estaban en onda y la gente vino. Se llenaba de chicos cuando había películas de chicos. Yo he llevado a mi nieto a ver películas. Cuando ellos le encontraron la vuelta la gente empezó a ir mucho. Ahora no van porque no se puede abrir el cine por la pandemia y además en verano el cine funciona poco por el calor, el calor no te deja. No me voy a olvidar nunca, yo me paraba ahí en las escaleras y veía pasar la gente los domingos a la tarde que iban al dique a las 8.30 de la noche. Y vos estabas ahí por 4 o 5, porque no venía mucha gente los fin de semana. Pero en la semana sí. Y dábamos cine todos los días. Pero dábamos dos películas y lo que hacíamos era reestrenar las que habían sido estrenos en invierno. Porque mucha gente que no había podido ir a verla en el invierno la veía ahora. Y aparte agarramos gente de Villa Allende y de Río Ceballos, por ejemplo, o de Agua de Oro, no era solo Unquillo.

C: ¿Vos ves que en estos últimos años el cine tiene relación con los museos, con la Casa de la Cultura?

CR: Y, bueno, se hacen cosas, sí. Dentro del cine se hacen cosas que tiene que ver con el área de la música, se hace el coro, se hacen obras de teatro. Tiene relación. Lo que pasa es que hay cosas que no se pueden hacer en el cine. En la primera época cuando nosotros alquilamos el cine, la idea era... no tiene camarines el cine, porque el cine es cine. Pero nosotros teníamos un pedacito de terreno que en ese lugar se pensaba abrir una puerta que justamente daba al escenario. Bueno, después se pensó no hacer eso y poner una casa rodante, por ejemplo, y hacer solamente una puerta para que la gente entre y salga por ahí. Pero después se las arreglaron con la tertulia, la parte de arriba. entonces se vestían arriba e iban apareciendo por donde estaban todos sentados. Siempre se las han arreglado para traer obras. Se hacían cosas, sí. ahora, por ejemplo, se usa el cine como el único lugar, que es grande, para entregar cosas de



planes o cuestiones de asistencia social también se usa. Sí, se usa mucho. Lo que pasa es que tampoco se hace mucho de Cultura. Ellos se manejan más con el espacio chiquito de La Casa de la Cultura pero sí se hacen cosas. Lo que tiene el cine es que tiene muy buena acústica, una excelente acústica. Eso es magnífico y la gente que actúa ahí no tiene que usar nada.

C: Me decías recién que cuando se reabre vos pensás que va a venir la gente.

CR: Claro que va a venir. Se va a tomar su tiempo, como todo. Porque hasta que los sellos empiecen a hacer como antes y no lo hagan por streaming... porque eso también te joroba. En su momento fue el video y ahora es el streaming. Y bueno, eso también complica. Pero para el streaming hay que tener plata. Este es un cine social, es un cine que tiene una cuestión social muy clara.

C: ¿Y siempre fue así?

CR: Sí, cuando nosotros damos cine no poníamos las entradas muy caras, pero bueno, nosotros vivíamos de eso. No era lo mismo. Esto ahora es un cine municipal, o sea, no podés poner \$500 la entrada, es imposible. Pero con nosotros la gente no se quejaba del precio, pero eran otros tiempos. Te estoy hablando de los 80 y 90. No podemos comparar nada prácticamente.

C: Y volviendo a esto del cine como lugar de encuentro ¿Qué diferencia sentís que hay entre el cine y otros lugares de encuentro culturales del pueblo, como museos? Digo, ¿cuál es la importancia de que siga existiendo el cine, donde se pasan películas?

CR: Porque la gente no está educada para ir a ver pinturas, ni a escuchar un concierto de música. Hay mucha gente que no está educada para eso. Ni siquiera para ir a ver una películas, por ahí de Campanella, mirá lo que te digo. Primero porque se cree que Campanella es un tipo de culto, y no es un tipo de culto, es un tipo que sabe hacer cine y lo hace muy bien. Es una garantía de buen cine en Argentina, no digo que no haya otros pero en este momento el único más o menos que hay es este. Pero la gente común, no está acostumbrada... no saben lo que es el cubismo, no tienen ni idea. Yo soy licenciada en dibujo y grabado y la gente no tiene idea. Yo era profesora y les metía muchas de esas cosas en la escuela, desde chiquitos les mostraba pinturas. Porque eso se educa y se educa en las escuelas, pero si hay chicos del secundario que no saben leer, ¿de qué estamos hablando? ¿qué, le vas a hablar de Van Gogh? A lo mejor sería bueno eso, porque sería abrirle la cabeza en otro sentido, pero es complicado.

C: Ronald me contó que un momento venían las escuelas al cine...

CR: Sí.

C: ¿Eso se dejó de hacer?

CR: Nosotros, en la época que nosotros teníamos el cine, había películas que dábamos que hablábamos con las escuelas y les cobrábamos menos y traían a los chicos. Y yo he visto que Ronald ha hecho películas para los chicos, y eso también está bueno porque también es educar.

C: Claro, quizás para algunos es la primera vez de ir a un cine

CR: Claro, sí, sí. Mirá, yo trabajaba en una escuela en Argüello. Una escuela nocturna y yo daba clase en el secundario. Una de las veces viene el Oro de Colombia a Caraffa y le digo al director "¿los podré llevar al museo?". Eran todas piezas de oro de los aborígenes. Me dice que sí. Entonces me encargo del ómnibus, los subo al ómnibus, los llevo. Era una escuela en donde las chicas trabajaban de domésticas y los muchachitos trabajaban de albañiles, yo les tenía que hacer hacer caligrafía e imaginate, tenían todas las manos destrozadas por la cal, y bueno. Había chicos que no habían ido nunca al centro y eso todavía se repite. Hay chicos que tienen muchas carencias porque los padres tienen carencias y la escuela no sabe reemplazar, no sabe cubrir esas carencias que tienen. No les abren la cabeza.

C: ¿Qué gente viene al cine?

CR: Yo veo de todo. Hay gente que viene con la Coca, el sándwich y se hacen un picnic ahí adentro. Es una salida y eso es irremplazable.

C: ¿Qué pensás que la Municipalidad o el INCAA debería trabajar un poquito más en el cine de Unquillo, es decir, qué aspecto se podría mejorar?

CR: Al INCAA no podés pedirle más de lo que hace porque el INCAA es estatal, olvidate. Pero, por ahí, qué sé yo... hacer un acercamiento con la gente de los coros porque la gente del coro hace salidas pero van siempre los mismos. Entonces llevá al coro, juntá a los chicos de Forchieri, que los chicos vean que se puede ir a coro, que se puede cantar en un coro. Yo canté en el coro acá en el pueblo cuando mi hermana tiene 16 años, o sea, se pueden hacer cosas. Si vos lo haces y al chico le gusta, al que le guste cantar, al que le guste la música, al que le guste eso.. y, bueno, pero acercate vos porque la gente no se acerca si no.

C: Mostrarle otras posibilidades.

CR: Claro, mostrarle otras posibilidades de hacer. Yo no digo que esté mal pelotear, porque yo lo hacía y mi hermano lo hacía y es un lugar de encuentro, pero hay otros lugares de encuentro que también sirven. Al chico que no le guste plotear ¿qué hace? En la estudiantina se hacen murales pero ¿qué podemos hacer en la escuela? Que vayan los pintores, mostrarles las pinturas, que pregunten las técnicas, hablar con las maestras de plástica para ver qué hacer o cómo acercarnos. Una vez que está esa conexión y ese lazo vos podés hacer algo y con las escuelas y llevarlos al museo. Si tenemos un museo acá. El museo está para que vayan siempre los mismos, sigue siendo de elite. Yo iba antes a las muestras de esta gente, tenés el MACU que es muy importante, tiene mucha obra, muchas cosas... bueno, llevalos a los chicos, hablá con la gente, si a la gente le interesa que vayan. Bueno, pero ninguno de los dos se mueve, ni la escuela ni el museo, entonces no hay conexión. Y no hay una persona que haga esa unión, esa conexión. Porque si el MACU es para la élite, bueno, que me lo digan y entonces ni hacemos nada, pero como viene la cosa vos te das la idea de que sí, de que es para cierta gente. Y está en el pueblo y tiene algún respaldo provincial, por lo tanto, vamos... dale.

C: Y con los adultos que, por ahí, tampoco tienen el hábito de ir al cine ¿qué pensás que se podría hacer?

CR: Lo mismo que con los chicos, ni más ni menos. Porque el chico que va a tocar un instrumento y está en una orquesta, va el padre. Y empezará por una samba o por Bethoven, pero va. Yo he visto proyectos en Córdoba que gente que es de villa, no es por desmerecerlos, justamente, tienen carencias. Y hay gente que se ha hecho cargo de ellos, instrumentos, cosas, y vos los ves tocando el trombón y todo, y los padres están sentados viendolos y están orgullosos de que tienen algo más que ellos. Entonces ellos también se nutren del chico.

C: Y pasando al tema de ver una película y retomando lo que me contabas antes ¿Por qué sentís que es importante estar en una sala con otras personas, a oscuras, viendo en una pantalla grande, a diferencia de ver una películas en el celular o en la computadora?

CR: Porque es compartir, compartir con el otro. Es tener empatía con el otro que es lo que estamos perdiendo. Ni las autoridades ni nosotros tenemos empatía con el otro. Hemos perdido, como seres humanos, la empatía. Es así... cuando vos ves a alguien tirado en el suelo es muy poca la gente que le dice “¿qué te pasa, viejo?”. Eso es empatía, es tener en cuenta de que el otro también existe, es un ser humano. No somos islas, no estoy en mi cápsula. Porque eso de que estamos encerrados también nos lleva a creer que esto es todo lo que hay y no, hay todo un mundo. Esa es mi forma de ver las cosas.

C: Bueno, muchas gracias Cristina

CR: De nada.

C: Que andes bien, chau.

CR: Chau.

## 12. Ejes y variables de análisis: integración y diálogo entre las valoraciones y los sentidos de los entrevistados

A) CTMU:  
CARACTERÍSTICAS  
INSTITUCIONALES,  
ALCANCE  
SOCIOCULTURAL,  
IMPACTOS DE LA  
PANDEMIA Y  
POSICIONAMIENTO  
A FUTURO

### **- Cantidad de trabajadores y características de sus tareas**

**Ronald** y **Guillermo** enumeran a cuatro personas, incluyendo a quien realiza la limpieza que complementa y ayuda. **Néstor** no la menciona y dice que son tres los que trabajan en el cine. Hay recurrencia en la división de tareas y todos coinciden en que Ronald es el encargado y quien se ocupa de la programación, Guillermo de la parte administrativa y Néstor de la parte operativa y venta de entradas. Además, convergen las respuestas de **Ronald** y **Néstor** al decir que “*los 3 sabemos proyectar las películas*” y que “*los tres sabemos hacer las tareas de todos*” respectivamente.

### **- Jornada laboral típica**

**Ronald**, **Guillermo** y **Néstor** coinciden en que no sólo proyectan películas, sino que preparan el espacio, encienden los equipos, comienzan con la venta de entradas e incluso **Néstor** afirma que “*En*

el medio hay tareas de todo tipo, hasta de limpieza inclusive entre película y película”. **Ronald** destaca lo que sucede los miércoles, que son los días en que se le concede la sala al grupo Cine Comunitario para que proyecten películas de manera gratuita, diciendo que “*se crea como un debate y se informa sobre cómo se llegó a esa película, sobre los directores. Bueno, es un espacio muy interesante para acá para Unquillo. No es un gran público el que viene pero las personas que vienen lo disfrutan mucho porque es interesante y el tipo de películas que pasan son muy buenas*”. **Guillermo**, por su parte, resalta la importancia de atender a la gente de manera organizada, respetuosa y ordenada, incluso en aquellas funciones a las que asisten pocas personas. También resalta lo lindo que es el trabajo diciendo “*es un lindo trabajo en el sentido de eso, de que vos ves que la gente entra con gusto y se va con más gusto todavía, entonces está bueno*”

#### **- Cantidad de espectadores mensuales/anuales**

**Ronald, Néstor y Guillermo** coinciden en el aumento del público en el último tiempo antes de la pandemia y la satisfacción que les genera ese crecimiento. Sin embargo, ninguno se acuerda de las cifras. **Néstor** afirma que llevar el registro de la cantidad de espectadores sirve para evaluar los momentos del año y las películas que se pasan, para así proyectar a futuro. **Ronald y Guillermo** coinciden en que el crecimiento del público se debe principalmente a las películas comerciales que se proyectan. **Ronald** lo atribuye también al precio de las entradas mientras que **Guillermo** resalta la mayor difusión que se empezó a hacer en redes sociales.

#### **- Análisis institucional (objetivos, metas, fortalezas, debilidades y amenazas)**

##### **OBJETIVOS**

**Ronald, Guillermo, Marcelo y Lucas** refieren al aspecto social del CTMU como uno de sus principales objetivos. Aparecen en sus discursos los conceptos de “hecho social”, “cuestión social”, “importancia en términos sociales” y “espacio social” respectivamente. También es recurrente en las respuestas de **Ronald, Guillermo, Cecilia, Ana P y Leandro** el funcionamiento de la sala como punto de encuentro de la comunidad. **Ronald y Cecilia** hablan de la promoción de los artistas locales, objetivo que puede relacionarse con el acceso a la cultura, a lo cual hacen referencia **Cecilia y Marcelo**. Éstos últimos también coinciden con **Ana B** en pensar como un objetivo a la recuperación de la memoria y los espacios históricos importantes para la comunidad, cuestión que converge con lo expuesto por **Leandro y Cecilia** quienes refieren al carácter patrimonial del CTMU al poner en valor aspectos arquitectónicos locales. Otra recurrencia aparece en las respuestas **Leandro y Guillermo**, al referirse al CTMU como un espacio de entretenimiento y distracción. Además, **Lucas** sostiene que uno de los objetivos de la sala es pasar cine argentino y la respuesta de **Ana P** converge con esto, ya que explica que el CTMU acerca a la comunidad el cine nacional y tiene como objetivo “*mostrar en ese cine nacional un poco cuál es nuestra cultura*”, teniendo en cuenta que es un cine de más difícil acceso y que no se encuentra en todas las salas.

La respuesta de **Néstor** aborda algunas cuestiones que no presentan recurrencias con los demás entrevistados. Menciona como principal objetivo “*involucrar a la gente en la actividad de hacer cine*” además de trabajar con centros vecinales para hacer más cine en los barrios y que el CTMU tenga más interacción con las diferentes áreas de la municipalidad. De hecho, la principal divergencia con sus compañeros del cine tiene que ver con que él plantea como meta del CTMU enseñarle a la gente a ver cine y mostrarle otras opciones, mientras que **Ronald y Guillermo** piensan en la posibilidad de que el cine tenga un espacio propio y no tener que alquilarlo, es decir, que la sala sea comprada por la municipalidad o que se adquiriera un nuevo espacio.

A su vez, hay una diferencia entre **Leandro** que plantea que “*el primer objetivo de todo espacio cultural es llenarlo de gente*” y **Lucas** que sostiene que “*Las metas, por ahí, a veces caen en la mayor convocatoria de público y creo que ahí hay una cuenta pendiente [...] sobre profundizar los objetivos del programa en sí*”

##### **FORTALEZAS:**

El aspecto más recurrente dentro de las respuestas de los entrevistados es el precio de las entradas. En relación a esto **Néstor** dice que el CTMU funciona como servicio, **Guillermo** sostiene que cumple una función social, y **Cecilia y Marcelo** coinciden en que el precio genera accesibilidad. Otra de las fortalezas que más aparece es la cuestión técnica de la sala. No sólo **Néstor** destaca la pantalla y el equipo, sino que **Lucas** también refiere a mejoras que se fueron dando a lo largo del tiempo (como la digitalización y el hecho de que pusieran calefacción) y **Ronald** resalta igualmente la técnica y la acústica del espacio. La ubicación del CTMU es señalada como otra de sus fortalezas. **Cecilia y Lucas** apuntan a la cercanía con la Ciudad de Córdoba, mientras que **Marcelo** alude a la proximidad local al decir “*es cercano, está a mano*”. Por su parte, **Ana P** entiende como fortaleza el hecho de que el CTMU funciona no solamente como cine, sino como teatro y también como espacio comunitario para otras actividades culturales. Además, indica el valor de tener un cine propio debido a que es la única sala del lugar y, en este sentido, converge con **Lucas** quien sostiene que es el “*único espacio que garantiza la exhibición de cine argentino que es la representatividad que tenemos nosotros como sociedad*”. **Ana P** y **Lucas** también mencionan como fortalezas dos aspectos que convergen y que son la muestra de identidad de Unquillo y la fuerte carga simbólica que tiene la sala en la comunidad porque representa un patrimonio cultural material e inmaterial, respectivamente. En estos últimos puntos también coincide Ronald, quien dice “*es el único cine que hay en el pueblo, no como en otros lugares que hay distintas salas. [...] nosotros le llamamos “una cajita de cristal” porque es un cine que tiene como 90 años, lo conocen todas las generaciones*”.

Es recurrente, a su vez, el factor de la gestión estatal mencionado por **Guillermo** y también por **Cecilia**, quien además nombra como fortaleza la apropiación del espacio por parte de la comunidad y dice “*si lo vemos más con perspectiva histórica, en estos más de 80 años del cine hay muchísimas anécdotas de personas que veraneaban o que vivían acá que hablan de la apropiación de este espacio y de sentirlo parte de la historia de cada familia y de cada unquillense*”. En este aspecto, hay convergencia con la respuesta de **Ana B** que habla sobre un lugar abierto a la comunidad, que se legitiman como centros de encuentro, donde la comunidad puede expresarse, reconocerse y encontrarse. **Ana B** también destaca el hecho de que la sala contribuye a que haya una diversidad de oferta cinematográfica y al consumo del cine en salas que es una actividad que está quedando obsoleta. Este último punto puede relacionarse con la respuesta de **Leandro** que alude a aquellas salas que se perdieron a lo largo del tiempo y considera una victoria y principal fortaleza el hecho de que el CTMU exista. Dice Leandro “*el hecho de que ustedes hayan conservado el cine es algo que, en principio, hay que valorar más allá de que vaya mucha gente o no*”.

Hay aspectos marcados como fortalezas que no presentan ni recurrencias ni convergencias entre las respuestas de los entrevistados. Éstos son: la trayectoria y el trato humano personalizado (expuestos por **Ronald**); el hecho de que haya cineastas trabajando en Unquillo, principalmente con el Centro de Producción Audiovisual a poca distancia (expuesto por **Cecilia**); y la posibilidad de incluir en la programación títulos comerciales “*más de Hollywood*” (expuesto por **Marcelo**).

#### **DEBILIDADES, AMENAZAS:**

Una de las debilidades más recurrentes en los discursos de los entrevistados es la dependencia estatal. Es interesante porque dicho factor había sido expuesto por Guillermo y Cecilia como una fortaleza. Incluso la misma **Cecilia** plantea, en este caso, como amenaza el hecho de que el CTMU “*no genera ganancias, sino que es una inversión que hace el Estado de pagar ese alquiler todos los meses, pagar todos los servicios y que no lleguen a cubrirse los gastos con la recaudación*”. Coinciden en este punto **Lucas, Ana B** y converge la respuesta de **Ronald** al mencionar que “*el municipio realmente no sabe si invertir en aggiornar esto que no es del municipio*”. Se puede vincular con la dependencia estatal, aquello que **Lucas y Ana B** resaltan como debilidad y que tiene que ver con el cambio de gestiones y la incertidumbre o la falta de continuidad en algunos temas que eso trae aparejado. Otra de las debilidades que se nombra más recurrentemente es la falta de apropiación del CTMU por parte de la comunidad. No solo **Marcelo y Ana P** se refieren a ello, sino que **Lucas** también lo hace y agrega que para que la comunidad se acerque a la sala hace falta “*más análisis territorial, es decir, pensar más territorialmente la programación, sobre lo que necesita la comunidad*” y **Cecilia**, que también había destacado la apropiación del público como una fortaleza, retoma el concepto y lo

expone como una debilidad sosteniendo que *“es un proyecto que depende de la recepción que tiene de parte de los vecinos, que muchas veces no se apropián. Tenemos vecinos que están más con la camiseta puesta del cine y otros que tienen otras modalidades de consumo de cultura”*. En relación a este último aspecto también surge una recurrencia en lo que dicen **Lucas y Cecilia** con respecto a pensar en los nuevos modos o en los cambios de consumo cultural como una competencia. Por otro lado, los tres empleados del cine, **Ronald, Néstor y Guillermo**, coinciden en que una de las debilidades es que la sala es vieja y no presenta las comodidades de las salas nuevas. La cuestión de los equipos es señalada tanto por **Ronald**, que entiende como amenaza la posibilidad de los equipos de quedar obsoletos, como por **Cecilia**, que sostiene como debilidad *“el hecho de que los equipos son provistos por el INCAA, que tienen sus propias modalidades de trabajo y que no pertenecen al espacio”*.

Además, **Leandro** sostiene que la amenaza es que le gente no vaya y explica que *“Puede ser porque la gestión sea muy mala, porque la oferta no alcance a ningún público, porque haya una combinación de públicos que no funcionan”* y, en este sentido, se presenta una convergencia con los expuesto por **Cecilia**, al decir que muchos unquillenses continúan yendo a los cines de Córdoba porque no conocen el CTMU y por **Néstor**, quien expone que *“El otro déficit que tiene el cine de Unquillo, sin duda, es la difusión. O sea, no está bien hecha”*.

Otras debilidades nombradas en las diferentes respuestas son, por un lado, lo mencionado por **Guillermo y Ronald** sobre el acceso al CTMU, es decir, la calle sobre la que se ubica y la falta de estacionamiento. Y, por otro lado, lo dicho por **Marcelo** al referirse al CTMU como un cine que *“nunca va a ser un cine de shopping y tampoco quiere serlo, pero uno puede verlo como debilidad en el sentido de que el consumo masivo busca más ese modelo”*

### **- Estrategias comunicacionales/publicitarias y de fidelización del público**

#### **ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES:**

Según **Lucas y Ana P** la estrategia de comunicación del programa Espacios INCAA tiene que ver, principalmente, con dar a conocer la existencia de las diferentes salas. Para ello se utilizan, más que nada, las redes sociales y en el pasado existieron también otros canales como un sitio web y un acuerdo con CINE AR. Sin embargo, ambos programadores coinciden en que si bien el convenio establece que cada sala debe hacer su propia publicidad, la comunicación y la difusión es y ha sido siempre un punto débil del INCAA. **Lucas** explica que *“Falta una política, realmente en serio, de comunicación con los territorios pero eso es un problema y una falencia histórica del Instituto”* y además plantea que *“las redes sociales del INCAA son consumidas en su mayoría, en un 80%, por gente que vive en Buenos Aires [...] Eso es un problema porque los canales de comunicación institucionales no están llegando a la comunidad de cada Espacio INCAA. Entonces, la comunidad se entera por la red propia de la Municipalidad o el Facebook e Instagram de la Sala. O sea, en ese caso depende de la comunicación y difusión que puede hacer localmente la sala”*

En ese sentido, refiriendo a cuáles son las principales estrategias comunicacionales de la Municipalidad de Unquillo o las que más funcionan según de los trabajadores del cine, hay recurrencia en algunos puntos. **Néstor y Guillermo** aseguran que la forma fundamental de hacer la difusión del CTMU es repartir folletos que tienen la programación semanal y además funcionan como 2X1. **Ronald** coincide y también destaca la propaladora y las redes sociales (la página de Facebook del cine, el sitio web de la municipalidad y las listas de difusión de Whatsapp). **Cecilia**, por su parte, también nombra los 2X1 pero resalta la cuestión digital y explica que la principal herramienta de comunicación que tiene el área de prensa de municipalidad es la lista de difusión de Whatsapp *“que llega a miles de vecinos de la ciudad”*.

Lo que llama la atención es la divergencia que se manifiesta en referencia a quiénes son los responsables de diseñar o llevar a cabo las acciones comunicacionales y el balance de las mismas. Por un lado, **Cecilia** explica que la dinámica funciona *“a través de un Drive donde los encargados de programación del cine cargaban la información, en el área de prensa teníamos acceso y entrábamos todos los miércoles a la mañana, ingresábamos los datos en una plantilla predefinida y salía”* y **Guillermo** coincide en que es una tarea conjunta (plantea un *nosotros* que incluye a los

trabajadores del cine y los empleados de prensa de la municipalidad). Este último, además, destaca el aumento de los canales de difusión a lo largo del tiempo asegurando que *“se fueron aprendiendo y poniendo en práctica algunas técnicas o algunas opciones para favorecer la afluencia”*. **Ronald**, por su parte, explica que *“la gente se entera por todos los medios lo que estamos pasando en el cine”* pero, en contraposición, **Néstor** sostiene que la responsabilidad de diseñar e implementar estrategias de difusión es de la municipalidad y que se ejecutan deficitariamente. Dice *“es un déficit, o sea, siento que ahí estamos mal, las estrategias no se han fortalecido”* y agrega *“la municipalidad tiene un montón de maneras de llegar a la gente [...] los carritos, el Facebook y tienen otras cosas también que pueden hacer sin ningún tipo de problema y eso habría que aprovecharlo mucho más”*

### **FIDELIZACIÓN DEL PÚBLICO:**

El aspecto que más salta a la vista es la construcción de un espacio de encuentro donde se generen vínculos. En esto coinciden **Néstor** -quien resalta la *“gestión relacionada con la confraternidad”*, **Leandro** -quien sostiene la idea de que *“vos no llegues a la sala y el boleterero te diga -sí, a la izquierda. Sí, a la derecha, son \$30, etc. Digamos, que haya un vínculo [...] que la persona que vaya a la sala sienta que hay un elemento que lo interpela a nivel personal”*, y **Guillermo** - quien remarca la calidad de la atención al público y dice *“nosotros intentamos estar predispuestos a difundir un poco la sinopsis de cada película para que la gente sepa lo que va a ver”*. Dentro de **los trabajadores del cine** también es recurrente el factor de la accesibilidad de los precios (en este sentido, **Ronald** destaca que *“Incluso viene gente de otros lugares por razones económicas”*) y el cumplimiento de los horarios. Además, señalan cuestiones edilicias como la limpieza de la sala, la calidad de la imagen y el sonido y el valor histórico del edificio.

Por otro lado, también aparece en algunas respuestas la estrategia de ofrecer otras cuestiones que sirvan como gancho para llamar a más personas. **Ana B**, por ejemplo, dice que *“si el lugar se convierte en un centro atractivo para la comunidad y una de las cosas que ofrece es el cine, eso también hace o podría hacer que la gente vaya a hacer una cosa pero vea que dan una película y se quede a verla o se programe para ir a verla otro día”*, mientras que **Marcelo y Lucas** resaltan las películas infantiles como convocantes. **Lucas** explica, con respecto a la programación infantil comercial, que *“eso implica llevar a la familia y ahí los adultos ven que hay otra programación para ellos también después y es una forma que encontraron muchos Espacios INCAA de convocar más público”* pero, en ese sentido, **Ana P** sostiene que es grave la falta de producción cinematográfica nacional destinada al público infantil. Sin embargo, **Néstor** plantea que el público más fidelizado no es aquel que va a ver las películas más taquilleras, sino que se relaciona más bien con *“toda esa gente que quería ir al cine, que es cinéfila, que les apasiona el cine y le gusta y ya saben de cine, esos tipos encontraron su lugar en el mundo, o sea, está buenísimo y no te va a abandonar nunca”*, cuestión con la que coincide **Marcelo** explicando que el núcleo duro del CMTU tiene que ver con personas de un perfil *“más intelectual, profesionales, de clase media o media alta, universitarios, muy parecido probablemente a lo que pasa en un cine club. Gente a la que le gusta este cine nuestro”*.

### **- Relación con la Municipalidad de Unquillo**

Tanto **Ronald como Guillermo** coinciden con **Cecilia** en entender la relación del CTMU con la Municipalidad como principalmente administrativa. La municipalidad no sólo alquila el espacio y paga los servicios sino que paga los sueldos de los empleados del CTMU. La divergencia que más salta a la vista es la valoración con la que describen el vínculo del municipio con el cine dos de sus empleados. Mientras que **Guillermo** dice que *“al nivel de las otras ramas culturales que hay en la Dirección de Cultura, estamos más o menos a la par de todas las otras”* y que *“Dentro de las políticas municipales creo que el cine tiene un lugar importante”*, **Néstor** asegura que *“el vínculo es medio relativo”* y que *“tengo que entender que el cine no es fundamental para la municipalidad”*. Este último, sin embargo, agradece que el intendente actual haya mantenido el CTMU y se haya hecho cargo de las deudas económicas existentes y agrega que *“si vamos y le pedimos algo, en la medida de sus posibilidades, el tipo te lo da”*

### **- Relación con el INCAA**

Hay una diferencia en las respuestas de quienes representan las voces municipales. **Marcelo** manifiesta que cuando se reabrió el CTMU como Espacio INCAA el vínculo entre la Dirección de Cultura y el INCAA era cotidiano y que *“trabajamos muy bien”* pero **Cecilia**, por su parte, no profundiza en la relación diciendo *“Con el INCAA entiendo que hay convenios firmados y que se realizan las rendiciones por las películas en lo que es la facturación de la sala pero no conozco en detalle”*. Además del convenio entre el CTMU y el INCAA, que es recurrente en las respuestas de los diferentes entrevistados, se destacan algunas divergencias. Por un lado, **Néstor y Guillermo** sostienen que la relación con el INCAA es “buena” y “estrecha”, pero por el otro, los empleados del cine también manifiestan algunas disconformidades. En primer lugar **Ronald** explica que una de las carencias es la falta de formación proveída desde el Instituto para quienes manejan las salas y agrega *“Yo aprendí más estando dentro de la Red de Espacios INCAA con los compañeros, con los colegas, nos vamos ayudando mutuamente y eso para mí fue fundamental”*. Además, **Néstor** da cuenta de su decepción en relación a las expectativas que tenía sobre la nueva gestión del INCAA y su postura frente a los Espacios diciendo *“resultó ser un tipo que terminó conformándose con el CINE AR [...] Es como que me está diciendo, y de alguna manera me está demostrando, que está re contento con que se cierren la salas”*, pero también considera que debería existir una estructura de protesta conformada por los diferentes Espacios INCAA para hacer conjuntamente ciertos pedidos o realizar ciertas quejas. En ese sentido, sostiene algo que diverge con la postura de Lucas en referencia a las responsabilidades de cada una de las partes más allá de las obligaciones legales expresadas en el convenio. **Néstor** asegura que el INCAA tiene la responsabilidad, por ejemplo, de generar comisiones diciendo *“Tiene que haber, inclusive, hasta un manejo intersala pero vos lo tenés que promover desde el INCAA. O sea, si surge desde la sala mismo bueno, mejor, pero si no surge naturalmente, vos lo tenés que generar porque vos sos el que manejas todo el proyecto, vos sos el que maneja la dirección y el que termina decidiendo todo”*, pero **Lucas** enfatiza que el *“el real trabajo lo tiene el responsable o la responsable local”* y que el INCAA tendría que ser más bien un articulador entre las salas y los representantes de las películas. En relación con esto último, ambos programadores coinciden en la importancia de trabajar la programación conjuntamente con el gestor de cada sala. **Ana P** asegura que es porque *“el que conoce su comunidad es el que está ahí, el que vive ahí, el que está en diálogo justamente con la comunidad”* y **Lucas** sostiene que lo que marca la diferencia de cada Espacio INCAA no es la cantidad de público, sino el responsable de cada sala y lo que éste pueda reflejar *“en la programación, en la participación, en las devoluciones, en lo que le pasa a la comunidad con el cine y con las cosas que se exhiben”*. En ese sentido, si bien **Ronald y Lucas** concuerdan en sus respuestas en que el trabajo es conjunto y que el encargado del CTMU le suele pedir algunos títulos al programador, hay un punto que marca una diferencia importante. Mientras que **Lucas** resalta lo interesante que resulta el hecho de los gestores de los Espacios rechacen la propuesta de programación o realicen una contrapropuesta porque *“es lo que enriquece realmente, que te discutan la programación, que no parezca algo que se baja desde Buenos Aires”*, **Ronald** afirma *“Yo creo que en estos cinco años desde que estoy rechacé una sola película”*.

### **- Rol comunitario y alcance sociocultural**

#### **1. RELACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES LOCALES**

**Ana B y Lucas** sostiene que la importancia de la articulación entre instituciones locales no solo tiene que ver con lo que se crea sino con la convocatoria de público y, en ese sentido, **Marcelo** explica que en su época de gestión en la Dirección de Cultura lo que se intentaba era trabajar a todos los espacios culturales de manera conjunta y complementaria. Sin embargo, encuentra que dicha visión se ha perdido en la gestión actual afirmando que *“Cada espacio se fue desmembrando y el cine sigue con su lógica pero solo, aislado de todo”*, lo cual converge con lo planteado por **Guillermo** quien

explica que si bien todas las instituciones dependen de la misma Dirección municipal, cada una trabaja en su sector. **Guillermo**, además, asegura que el CTMU funciona como sala para el coro municipal y la banda de música y, en este aspecto, hay divergencia con algunas de las otras respuestas. **Cecilia**, por su parte, dice que principalmente el cine realiza actividades con instituciones educativas y **Néstor**, si bien coincide en pensar que el vínculo del CTMU con las escuelas es bueno, plantea que con el resto de las instituciones es relativo debido a que *“Con los museos no existe relación, con los centros vecinales [...] está mal hecho”*. En ese sentido, resulta interesante el aporte de **Lucas** ya que ve potencial en el protagonismo de los museos y las artes plásticas en la localidad, proponiendo que la sala tenga en cuenta la transversalidad con otros temas u otras industrias además de la audiovisual y plantea, por ejemplo, *“Pensar qué pasa con el cine y las artes plásticas, qué pasa con el cine y la literatura”*. Por otro lado, **Ronald y Cecilia** mencionan la cuestión del alquiler que cobra la sala cuando el espacio es usado para eventos culturales organizados por otras personas o grupos y, si bien explican que el precio es mínimo, **Ronald** asegura que se estableció dicho alquiler para *“que nada fuera gratis”*.

Finalmente, pero no menos llamativo, es el hecho de que los tres empleados del CTMU se refieran al vínculo que tiene el cine con el CPA de manera diversa. **Ronald**, por su parte, sostiene que la relación es recíproca porque para el CTMU es *“algo bueno tener un polo donde se van a hacer películas que las vamos a poder dar acá en el cine [...] Y para ellos es tener un lugar que es tremendo banco de pruebas”*. En ese sentido, concuerda con **Cecilia** quien manifiesta que el CTMU *“actualmente hace sinergia con el CPA para que empecemos a pensar en el cine y en el cine de animación como una industria cultural que puede llegar a ser muy importante para la ciudad”*. No obstante, **Guillermo** plantea que falta más canalización y trabajo en conjunto entre ambos espacios y **Néstor** asegura que el vínculo entre el cine y el centro de animación no existe. De hecho, dice *“tendríamos utilizarnos mutuamente en el buen sentido para potenciarnos. Pero de repente un viernes a las seis de la tarde ellos pasan una película. O sea, ¿cuál es el chiste? ¿qué, me vas a sacar gente a mí? O sea, es una estupidez”*

## 2. RELACIÓN CON EL ENTORNO URBANO

**Ronald y Guillermo** coinciden y se contraponen en algunos puntos acerca del CTMU. Si bien ambos piensan que el CTMU está ubicado en un lugar estratégico, que la gente de la comunidad sabe dónde está y que es agradable de ver por sus luces led y su mural alusivo a Quirino Cristinani, **Ronald** sostiene que *“verlo al cine de lejos ya te llama la atención”* mientras que **Guillermo** dice que es *“bastante disimulado a nivel edilicio, sin que se llame demasiado la atención”*. Por otro lado, la respuesta de **Marcelo** converge con la de **Cecilia** ya que el primero plantea que el entorno urbano de la zona en la que se ubica el CTMU *“está armónico desde que tengo memoria”* porque se mantienen muchos edificios históricos del pueblo, y la segunda explica que el cine forma parte de un circuito histórico (organizado por la ex Dirección de Turismo) trazado sobre la Avenida San Martín el cual incluye varias casas y comercios que tienen cerca de 100 años de antigüedad. **Cecilia**, además, nombra a la Parroquia nuestra Señora del Lourdes, a la Plaza Além y a la Casa de la Cultura como lugares destacados que se encuentran próximos al CTMU y se relacionan de alguna manera con éste. **Néstor**, por su parte, considera que el vínculo del cine con su entorno más cercano *“tendría que establecerse con los comercios pero de una manera un cachito más profesional”* porque cree que *“lo que hacemos es medio como improvisado. Vamos y le llevamos un papelito o un volante [...] pero me parece medio limitado”*

## 3. ASPECTOS ARQUITÉCTONICOS/ESTÉTICOS IDENTITARIOS

La principal recurrencia es la antigüedad. Tanto **Néstor como Marcelo** resaltan el valor que tiene el aspecto “vintage” del edificio y **Guillermo** coincide y agrega *“el contraste que hay entre lo que son las butacas, el aspecto en sí de la sala que está todavía ambientada en los años 60 con lo que es a nivel técnico”*. **Ronald**, por su parte, también destaca la técnica, sumado a la acústica y la forma de la sala en la que la pantalla se ve bien desde cualquier punto del espacio. Además, indica que la mayor particularidad del CTMU en referencia a lo arquitectónico o edilicio es que *“es un cine chico”*



y a la vez es un cine grande. Eso, verdaderamente, para mí es como extraño”. **Cecilia**, por otro lado, plantea la pared exterior con sus distintos murales a lo largo de los años como lo más icónico del CTMU, mientras que **Marcelo** resalta el techo con el cartel original y el hall de entrada.

#### 4. CTMU EN LA IDENTIDAD DE LA CIUDAD

Es interesante tomar en cuenta lo que propone **Ana B** en relación a la importancia de las salas de cine para la identidad local. Dicha importancia, según la entrevistada, radica en la recuperación de la memoria del lugar y que esto *“funcione como puente entre generaciones”*. En la misma dirección, **Guillermo** menciona que en Unquillo *“hay gente, mucha gente, mayores y no tan grandes que te dicen “uh, yo cuando era chico venía al cine y esto y lo otro” y te cuentan mil anécdotas”*. **Guillermo** cree que el CTMU está muy arraigado en la comunidad y hace una distinción entre el “para afuera” y el “hacia adentro”. Plantea que *“el corso es todo para afuera, muy visible, muy ruidoso. El cine no, pero a nivel tradición, a nivel cultura del pueblo, es desde siempre [...] no es algo que vos decís “uh, mirá, ahí está el cine” para los de afuera, pero, digamos, todo el mundo sabe dónde está el cine”*. Esto último converge con lo que propone **Ronald**, quien también toma el concepto de la visión externa y asegura *“por lo general en el “para afuera”, la gente lo primero que piensa de Unquillo es la Capilla Buffo, después sería el museo Spilimbergo, y creo que estaríamos en tercer lugar, [...] un tercer y merecido lugar”*. **Ronald y Guillermo** también coinciden en pensar que en los últimos años se está haciendo del CTMU un espacio mucho más visible y con más presencia. Sin embargo, **Néstor** discrepa y asegura que a raíz de la falta de difusión, la mayor parte de la gente no va al CTMU, no habla del CTMU y no lo reconoce como parte de su vida. Dice **Néstor** *“si vos no hacés la difusión que tenés que hacer respecto al cine, y bueno, el cine va a quedar ahí y se recordará cuando venga alguna de esas películas que llenan la sala”*. Además, plantea que los mismos vecinos se sorprenden cuando el cine proyecta películas estreno de Disney, por ejemplo, *“¿Que, ustedes van a dar tal película?”, como diciendo “ustedes no existen”*. Esta divergencia se da también entre quienes conforman la unidad de análisis 2. Mientras que **Marcelo** asegura que el CTMU no forma parte de la identidad local actualmente y que *“los espacios ya llevan seis años en los que van perdiendo peso en la vida del pueblo”*, **Cecilia** afirma que el cine *“Indudablemente es parte de la identidad local [...] y deseamos, desde la Dirección de Cultura y Turismo, que sea cada vez más protagonista en la identidad cultural local”*.

#### 5. CTMU EN EL DESARROLLO CULTURAL LOCAL

Según **Cecilia** el CTMU se articula con otros programas de la Dirección de Cultura como por ejemplo *“el Registro de Artistas Municipales, que es algo que se va teniendo en cuenta a la hora de generar actividades en relación al espacio porque se busca fortalecer a los artistas locales a través de los recursos que tiene el municipio”*. En tal aspecto coincide **Ronald** y resalta la importancia del cine de Unquillo para los artistas y para el público local diciendo *“todo lo que sea de uso artístico o hechos culturales, el cine está a disposición siempre”*. **Néstor**, no obstante, difiere y argumenta que, por ejemplo, la belleza arquitectónica de la sala y su valor histórico servirían de material para elaborar mayor producción artística local pero que no se utiliza o no se aprovecha como se podría. Dice *“¿Es un pueblo de artistas? Bueno dale, vamos a darle alguna voz arquitectónica al cine utilizando a los artistas del pueblo”*. **Néstor**, de esta manera, reconoce como un privilegio el hecho de que Unquillo cuente con un espacio como el CTMU, pero asegura que debería tener otro tipo de influencia desde lo sociocultural. *“Una cosa es como creo que influye y otra es como creo que debiera influir en el desarrollo cultural. No creo que lo haga de una manera demasiado importante actualmente”*, explica el empleado del cine. Esto último encuentra recurrencia con lo que expone **Marcelo** al referirse a la importancia y la preponderancia actual del lenguaje audiovisual y la necesidad de entenderlo como un punto que tiene que estar muy fuerte dentro del desarrollo cultural que piense una ciudad. En esa dirección, **Marcelo** manifiesta que *“hay que lograr que la gente sienta que la cultura está no porque tengas un vecino artista sino porque vos podés acceder y porque está a mano, está en tu pueblo”*

Por otro lado, **Leandro** plantea que la importancia del cine tiene que ver con ser una ventana más en donde diversificar la imagen y la experiencia que las personas tienen del mundo y **Guillermo**, en ese sentido, concuerda y agrega que *“hay películas que te muestran muchas cosas, y uno puede sacar visiones diferentes, miradas [...] Y es difusión de historia, difusión de la idiosincrasia de un pueblo”*. En convergencia con este último aspecto, **Ana P** sostiene que la mayor contribución del CTMU al desarrollo de la cultura local se da con la proyección de películas de locales, teniendo en cuenta que Córdoba tiene mucha producción audiovisual y que si bien Unquillo no es lo mismo que decir Córdoba, *“tiene mucho más que ver con ellos que con nosotros. Porque también gran parte de la producción nacional, si bien cada vez menos, todavía sigue siendo de CABA”*.

## 6. CTMU E INCLUSIÓN SOCIAL

Se pone de manifiesto, en este punto, bastante divergencia entre las respuestas de los entrevistados. Por un lado **Ronald** destaca el trato personalizado con los vecinos y le hecho de que los trabajadores del CTMU conocen a la gente para explicar que *“si viene, por ejemplo, una familia que trae cuatro o cinco chicos, no precisamos que traigan el papel de 2X1, ya le hacemos el 2X1”* y que además de que las personas con discapacidad tiene la entrada gratis, a veces, dependiendo de la discapacidad, el o la acompañante tiene un descuento. Sin embargo, admite que el CMTU no tiene rampa pero sostiene que *“todas esas cosas edilicias ya son a convenir con los dueños porque hay cosas que, de repente, nosotros no las podemos hacer”*. **Cecilia**, por su parte, plantea que la inclusión social se da no sólo por la accesibilidad en el precio de la entrada, sino también en la realización de funciones gratuitas como lo eran las del programa Derecho al Cine (que se realizó hace varios años) que consistía en llevar desde los distintos barrios a grupos de personas de comedores o centros vecinales al CTMU. **Lucas**, por otro lado, remarca la importancia del cine como práctica social y de las salas de cine como espacios a los que la gente se puede acercar no solo para ver una película, sino hasta para descomprimir situaciones muy difíciles, a veces extremas. Dice **Lucas** *“Hay gente en situación de calle que va al cine y es el único consumo cultural que tiene una persona en situación de calle. Muchas veces termina siendo su hogar el cine y es el único espacio de contención que tiene, en el que se puede liberar un poco de la situación cotidiana”*. **Ronald**, en coincidencia con esto, menciona *“tenemos dos o tres personas que sabemos que vienen al cine y que no van a pagar nunca la entrada. Son estos que viven acá en el pueblo que, de repente, duermen en la calle. Ellos vienen al cine y su entrada la tienen siempre, eso no hay problema, o sea, nunca se echó a nadie del cine ni nada por el estilo”*. **Néstor**, en contraposición, sostiene que el CTMU no logra contribuir de manera significativa en la inclusión social por falta de estructura y afirma que *“El cine aporta desde su lugar lo que corresponde, pero el cine sólo, por sí solo, no va a terminar generando nada”*

### - **Impactos de la pandemia y estrategias de supervivencia y retorno (protocolos, modificaciones, trabajo en red, contención institucional y actividades virtuales)**

Si bien la pandemia hizo poner en pausa las actividades del CTMU, como en la mayoría de los espacios culturales, **Lucas y Ana P** rescatan un aspecto positivo en vinculación los Espacios INCAA que se venía dando hace un tiempo pero que se profundizó en el contexto del aislamiento. La Red Federal de Espacios INCAA hizo que las salas *“como si fueran una organización de base, empiecen a contactarse entre ellos más profundamente y planteen las problemáticas que venían teniendo [...] se generaron vínculos mucho más fuertes y eso generó que ellos mismos, más allá de cada uno es un Espacio INCAA, genere propuestas”* explica **Lucas**. Una de esas propuestas fueron las charlas con directores, directoras, actores y actrices que se realizaban en las diferentes salas y se transmitían por streaming. **Ana P**, en torno a ello, destaca que suele haber *“una actitud de estar esperando siempre que “nación” o “capital” o “el INCAA” o “el Estado” te de o te guíe o te marque. Y lo que me pareció lo más genial es que hubo un corrimiento de eso”*. **Cecilia**, por su parte, si bien destaca como un hito aislado el fortalecimiento de la Red de Espacios INCAA y el ciclo de conversaciones en streaming que eso produjo, admite que no hubo muchas más actividad en las redes sociales de CTMU. Explica que solo se realizaron publicaciones en el Facebook del cine sobre efemérides del

mundo cinematográfico porque los empleados del CTMU no se adaptaron mucho al trabajo desde casa *“entonces no pudimos hacer mucho más en cuanto a mantener una actividad de manera remota”*.

Por otro lado, la mayoría de los entrevistados manifiesta incertidumbre en relación a la vuelta de la actividad del CTMU (cuándo, cómo y con cuánto público será). Sin embargo, se pueden imaginar algunos posibles escenarios. Pensado en los factores que van a intervenir en la convocatoria de público, **Lucas, Ronald y Néstor** creen que va a tener mucho que ver la oferta de películas que tenga el CTMU. Si bien **Guillermo** no cree que la cantidad de público disminuya e incluso sostiene que *“Hasta es posible que haya más gente que quiera ir al cine”*, **Ronald y Néstor** coinciden en que en un principio el público va a ser menos, dejando de lado la reducción en la capacidad de la sala por protocolo, porque la gente va a tener miedos que se relacionan con cuestiones sanitarias. No obstante, están de acuerdo en que con el paso del tiempo la gente se va a ir acostumbrando al nuevo contexto y volverá con normalidad al cine. En esto también coinciden **Ana B, Lucas y Leandro**, quien además agrega que las salas de cine *“no van a morir nunca porque siempre vamos a tener la necesidad de salir de nuestra casa, de vivir una experiencia extraordinaria en el sentido de que sale de lo ordinario”*. En ese sentido, **Cecilia** se imagina que la convocatoria en caso de reabrir el CTMU va a ser buena porque *“la falta que se ha sentido de estas experiencias de convivio en una sala [...] creemos que es algo que mucha gente echa de menos”*. **Ronald, Guillermo y Néstor**, convergen con esto último afirmando que en un potencial regreso a la actividad del CTMU, lo que se tiene que potenciar es el buen trato a las personas porque como dice Ronald *“vamos a estar con la misma postura de una sala con cierta calidad, con un precio accesible y con la atención de siempre”* y como explica **Néstor** *“a gente se va a apoderar de esa vuelta a los lugares donde se sintió identificada, querida, protegida, entretenida”*. También converge la respuesta de **Ana P** quien plantea que el diferencial del CMTU, como estrategia de retorno, tiene que lograr que la comunidad se apropie del espacio porque es un lugar de encuentro con el que se siente reflejada.

La incertidumbre que manifiestan los entrevistados tiene que ver también con las cuestiones de programación. Incluso **Lucas**, en referencia al calendario de estrenos de INCAA explica que *“La expectativa del 2021 es de mucha incertidumbre porque hay muchos rodajes parados que no sabemos cuándo se van a estrenar esas películas. Hay varias películas que decidieron estrenar por CINE AR para cobrar la última cuota de subsidio y no sabemos si van a querer después también pasar por Espacios INCAA”*. En ese sentido, **Néstor** manifiesta descontento con que la sala de Unquillo continúe cerrada, en relación a bares y restaurantes que ya han abierto. Asegura que *“es darle de comer a los poderes hegemónicos relacionados con la comunicación”* y que si bien en el contexto de aislamiento es bueno que las personas puedan ver cine en plataformas, *“ellos lo que quieren es acaparar absolutamente todo, no tienen límites, ahora el tema es qué hacemos nosotros, o sea, qué hace el INCAA [...] ¿desde dónde la peleamos como para no dejarlos crecer en forma ilimitada? Porque te terminan cerrando los cines, o sea, la gente termina no yendo al cine”*. Esto converge con lo expuesto por **Leandro** quien plantea que uno de los impactos que deja la pandemia es la necesidad de pensar en mecanismos de sostenimiento de la cultura en un sentido amplio que contemple específicamente a los espacios, en este caso las salas de cine. Porque, como explica, si bien la cultura es el primer sector que se resiente ante cualquier crisis, *“lo más frágil no es la cultura sino los espacios culturales”*.

Pensando nuevamente en las estrategias de supervivencia del CTMU, **Ronald** menciona la idea de realizar recitales por streaming mientras no se pueda volver a la presencialidad y **Guillermo**, refiriéndose a un posible retorno, enfatiza también la cuestión de la virtualidad pero para brindar más información sobre las películas *“bueno, te paso el tráiler, te paso más comentarios, más ideas o vos participá, preguntá”*. Desde la Municipalidad **Cecilia** enfatiza el trabajo que se viene haciendo con artistas locales dedicados al audiovisual para enriquecer el proyecto del CTMU a futuro; desde el programa Espacios INCAA **Ana P** destaca la propuesta, realizada al Instituto, de una programación distinta, más federal y contemplando el trabajo en comisiones para debatir títulos y actividades; finalmente **Ana B**, desde su mirada externa, ve relevante el rol de las instituciones educativas (como la UNC) y los cineclubes para generar alianzas con el CTMU y contribuir en generar nuevamente el hábito de ver cine en las salas y *“ver determinado tipo de cine que nos cuesta más ver, porque es un*

	<p><i>cine más desafiante para el espectador”, además de pensar como beneficioso, en esa dirección, hacer proyecciones al aire libre en predios públicos.</i></p>
<p>B) OBJETIVOS DEL PROGRAMA ESPACIOS INCAA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b><u>- Socializar el acceso al cine</u></b>  Casi la totalidad de los entrevistados destaca como principal herramienta la accesibilidad en el precio de las entradas. Éste, es un precio que el INCAA sugiere a las salas y en el CTMU era de \$50 hasta marzo de 2020 (con la idea de subirlo a aprox \$70 para dicho año). En ese sentido, <b>Marcelo</b> resalta que <i>“la realidad económica del pueblo tiene que ver con eso y la gente busca cada vez gastar menos”</i> y <b>Lucas</b> dice <i>“esa accesibilidad a nivel monetario que muchas veces en tiempos de crisis, y más en este tiempo de pandemia y lo que va a ser seguramente prontamente en el futuro [...] va a ser algo a tener en cuenta por el público”</i>. Relacionado con esto, <b>Néstor</b> afirma <i>“yo trataría de gestionar muchas más funciones de cine gratuito en los barrios”</i>. Además, aparece una recurrencia en las respuestas de <b>Lucas, Ana P y Leandro</b> al pensar la accesibilidad también relacionada con la ubicación del CTMU y la posibilidad de llegar sin auto o sin tener que trasladarse a localidades vecinas que no se encuentran a menos de 10 km. A su vez, <b>Ana P</b> sostiene que la socialización del acceso al cine también se da al facilitar películas que no están al alcance del público tan fácilmente porque no las programan las grandes cadenas. En esto coinciden <b>Ana B y Néstor</b> quienes, además, agregan que dicha socialización se logra también abriendo las puertas del CTMU a la comunidad y desarrollando vínculos con las demás instituciones locales, como por ejemplo colegios, clubes, colonias de vacaciones para niños, etc. Finalmente, <b>Lucas</b> menciona algo que diferencia a los Espacios INCAA de las salas privadas y que tiene que ver con la posibilidad que tiene el público de interactuar <i>“con actores, actrices, directores, directoras y mismo con gente de la comunidad vinculada a la película que se está exhibiendo”</i>, aunque admite que esos encuentros se fueron perdiendo en los últimos años.</li>   <li>- <b><u>- Sala de cine (emprendimiento comercial, cultural o espacio social de esparcimiento)</u></b></li> <li>- La mayor parte de las respuestas manifiestan recurrencia en la creencia del CTMU como un espacio que conjuga aspectos sociales, culturales, de entretenimiento y comerciales. En ese sentido, <b>Lucas</b> plantea que la combinación de estas cuestiones se da porque además de ser una práctica social y un lugar de esparcimiento, <i>“cualquier hecho cultural es cultural, comercial y, en algún punto, es válido que sea comercial”</i> porque sostiene que las personas que trabajan en las industrias culturales ejercen un trabajo y ello implica una faceta monetaria. Sin embargo, dentro de los trabajadores del cine y de la Dirección de Cultura existen divergencias a la hora de ponderar el aspecto comercial dentro del CTMU. <b>Ronald</b> destaca lo económico en términos de mantenimiento de la sala. <b>Cecilia y Marcelo</b> adhieren a pensar la mirada comercial como una ayuda para hacer que el espacio sea sostenible pero aseguran que el enfoque es más bien social y cultural y que aunque no genere ganancias, la política del municipio fue y es mantenerlo y sostenerlo. No obstante, <b>Néstor</b>, quien afirma que el rol del CTMU es pura y netamente social, menciona que <i>“esa fue una discusión muy larga que tuvimos con gente de la municipalidad porque querían que el cine fuera rentable y entonces es bravo eso. Esto no es una empresa, viejo, esto es un servicio a la comunidad”</i>. Por otro lado, aunque <b>Guillermo y Néstor</b> coinciden en que la sala también es un espacio de esparcimiento, este último plantea que no solo habría que tener en cuenta el entretenimiento sino que habría que organizar cursos de formación, por ejemplo, vinculados con lo cinematográfico y dice <i>“El espacio del cine no se utiliza o se utiliza muy poco y me parece que se está desperdiciando”</i></li>   <li>- <b><u>- Respeto por la diversidad, promoción cultural, formación de identidad nacional</u></b>  <b>Guillermo, Ana B y Leandro</b> coinciden en pensar que el hecho de que el CTMU continúe abierto es base para que estos objetivos puedan pensarse en un segundo paso. Es decir, que la sala exista y se plantee tales objetivos ya es válido para varios de los entrevistados, porque medir si dichos aspectos se cumplen o no (o en qué medida se cumplen) es muy difícil de medir. <b>Leandro</b>, por</li> </ul>

ejemplo, sostiene que *“al Estado hay que evaluarlo por lo que intenta hacer, no por lo que hace porque lo que hace está determinado también por una infinidad de factores que son incontrolables”* y, en ese sentido, explica que los Espacios INCAA contribuyen con los objetivos de respeto por la diversidad, promoción cultural y formación de identidad nacional porque los interpretan y tratan de llevarlos a la práctica. La respuesta de **Néstor** se relaciona con esto último porque si bien asegura que la participación del CTMU en los aspectos antes mencionados es buena, se podría hacer mucho más. Por su parte, **Ronald** destaca que la sala de Unquillo tiene *“las puertas abiertas para todos”* y que se respetan las diferencias políticas, religiosas y de identidad de género. Haciendo referencia a la formación de identidad nacional, los programadores **Ana P y Lucas** aseguran que se da a través de las películas que proyectan las salas pero enfatizan la importancia de fortalecer los relatos locales porque, como explica Ana P, *“nosotros somos todos argentinos pero no es lo mismo alguien que vive en Jujuy que alguien que vive en Neuquén”* y, como agrega Lucas, *“toda sala [...] termina siendo una construcción como espacio de identidad nacional, pero me parece que [...] lo más importante es la construcción de identidad comunitaria porque eso hace a la identidad nacional en un punto”*

#### - **Formación de espectadores**

En relación a cómo contribuye el CTMU en la formación de espectadores, sus trabajadores tienen opiniones diversas. **Guillermo** piensa la formación principalmente como el respeto por los horarios y la rigurosidad en la formalidad de las proyecciones de las películas. **Ronald**, por su parte, resalta los debates entre vecinos que se dan en el hall del CTMU a la salida de una función en relación a cuestiones de la película proyectada y agrega *“nosotros hemos formado gente, que nunca había ido al cine a ver otra cosa que no fuera de niños, y de repente se encuentra mirando una película de autores cordobeses, por ejemplo”*. **Néstor**, relacionado con esto último, plantea que proyectar películas de cine independiente es la manera que tiene el CTMU de formar espectadores y dice *“es una manera de ir mostrándole, más que formar que suena medio excesivo, a la gente otra opción. Que hay otra manera de ver y hacer cine”*. **Marcelo** valora el hecho de que los jóvenes vean películas argentinas o latinoamericanas en el cine porque eso plantea de alguna manera, aunque muy desigualmente, una lucha franta a Disney o las grandes cadenas y **Ana B** sostiene algo similar argumentando que la falta de costumbre de ver cine argentino y cine que no sea mainstream o que no siga la lógica de los superhéroes, requiere que los espacios como el CTMU formen a los espectadores a través de ciclos, por ejemplo, *“donde se le enseñe -de algún modo- a la gente a ver determinado tipo de cine que es más difícil de ver”*. En ese sentido, **Leandro** coincide con la importancia de mostrar otro tipo de cine pero asegura que la creación o formación de un espectador generalmente se da acercándolo al cine Hollywoodense. Dice *“primero lo llevás de la mano, ve lo que le ofreces y después le das opciones para que vaya eligiendo. Ahora, si no lo llevaste, no descubrió que ese evento cultural podía ser significativo para él o incluso transformador”*.

Por otro lado, salta a la vista en las respuestas de los entrevistados la recurrencia de mencionar, como una manera de formación de espectadores, al programa Las Escuelas Van al Cine del INCAA. Dicho programa consiste en que estudiantes de escuelas secundarias vean películas argentinas en los Espacios INCAA de manera gratuita y que luego los profesores trabajen en el aula la película vista con unos cuadernillos armados por el INCAA. Pero si bien la mayoría de los entrevistados coinciden en el rol de las escuelas como espacios fundamentales para la formación de espectadores, también están de acuerdo en que es un programa al que le falta continuidad. **Ronald**, por ejemplo, dice que sólo llegaron a dar una película en el marco de dicho proyecto y que luego *“se cortó por un tema burocrático dentro de la estructura del INCAA. Porque INCAA en los últimos años ha cambiado mucho la estructura, cambiaban de directores como si nada”*. La continuidad de un programa como este tiene que ver con crear en los jóvenes el hábito de ver películas en el cine y de ver determinado tipo de cine que no se ajusta, necesariamente, a los parámetros de cine pochoclero. En ese sentido, **Ana P** asegura que Las Escuelas van al Cine debería reflotar y profundizarse pero admite la dificultad de sostener acciones relacionadas con la formación por los cambios de gestión del INCAA. De hecho, **Lucas** afirma que *“es un programa que tiene que tener una constancia porque si se interrumpe, es*

*muy difícil que las próximas generaciones primero, se acerquen al cine al argentino sea por el medio que sea, y segundo, se acerquen a una sala de cine”.*

Además, **Ana P y Cecilia** coinciden en que las actividades donde hay encuentro entre representantes de las películas y el público, los ciclos o las charlas que se realizan después de las proyecciones (por ejemplo lo que hace el grupo Cine Comunitario en Unquillo) contribuyen también a la formación del público. Y a ese público **Cecilia** lo piensa como espectadores críticos, que no son solamente receptores de información y que se involucran como comunidad en la práctica de ir al CTMU. En ese último aspecto, hay convergencia con lo expuesto por **Lucas**, quien prioriza el análisis territorial y las necesidades de la comunidad a la hora de formar espectadores, desde la propuesta de programación y generando programas institucionales, no solo como Las Escuelas van al Cine (que es un programa de construcción a futuro), sino también construyendo espectadores de diferentes edades.

- **- Encuentro entre el realizador audiovisual y el público**

- Los entrevistados sostienen que dichos encuentros entre el público y los representantes de las películas (no solo directores, sino también guionistas, productores, actores, técnicos, etc.) son muy valiosos y enriquecedores. Los investigadores **Leandro y Ana B**, coinciden en pensar que su valor radica principalmente en darle a conocer a los espectadores cómo funciona lo que está detrás de la pantalla y la cámara, es decir, *“entender que las películas no son una cosa que se hacen en un lugar lejano y que sólo se tratan de superhéroes, sino que las películas pueden hablar de nosotros y las podemos hacer nosotros”* (**Ana B**) y en ayudar a despertar o desarrollar vocaciones: *“Me parece que es fundamental, sobre todo en los jóvenes y niños, generar estímulos que permitan proyectar una realidad distinta”* (**Leandro**). Además, ambos investigadores coinciden en que su importancia también tiene que ver con que generan convocatoria y publicidad porque, como explica **Leandro**, *“es probable que alguien de la radio local o del diario local lo levante”*. Sin embargo, en este último aspecto disiente **Néstor** quien afirma que los encuentros los organizan los tres trabajadores del CMTU y, por ende, les falta difusión.
- Según **Ronald y Lucas**, el INCAA antes organizaba y costeara los gastos para que representantes de las películas pudieran viajar a las salas y estar presentes en las proyecciones pero luego el INCAA no realizó más este tipo de actividades y lo que sucedió en el CTMU fue que empezaron a convocar artistas cordobeses o unquillenses para presentar sus películas. En ese sentido, **Lucas** asegura que *“lo ideal es que la sala proponga una actividad teniendo en cuenta y confiando en que lo hace pensando en la comunidad”* y esto converge con lo mencionado por **Ronald** quien cuenta la experiencia de recibir un pedido de un colegio católico de Unquillo para ver la película del Cura Brochero. Esa película no la mandó el INCAA entonces el CTMU la consiguió y llamó al actor protagonista, Pablo Tolosa, que es un vecino de Unquillo. Cuenta **Ronald** *“terminó la película y aparece Pablo. Imagínate la cara de los chicos de ver al Cura Brochero ahí delante de ellos”*

C) CONSUMO AUDIOVISUAL: COMPARACIÓN ENTRE CTMU Y NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES

- **- Oferta espacio-temporal: consumo según programación en la sala o consumo de autoservicio**

La mayoría de los entrevistados entiende el consumo de autoservicio que posibilitan las plataformas digitales como una desventaja para las salas de cine. Los factores que más aparecen en las respuestas son la cantidad de contenido disponible en internet, la posibilidad de consumirlo en cualquier momento y lugar, y la posibilidad de pausar, atrasar o adelantarlos. **Néstor**, haciendo referencia a dicha desventaja, enfatiza la desigualdad entre los poderes hegemónicos de la comunicación y las salas de cine que, en su opinión, *“si uno no reacciona, de alguna manera terminan cerrando”*. En contraposición a esto, **Ana P** asegura que *“Todo funciona en la medida, [...] en que no se abusen y se aniquilen cosas entre sí”* y que hay que adaptarse a la idea de que ambos tipos de consumo conviven y aprovechar las particularidades de cada uno. En esa dirección, sostiene que *“hay como*

una cuestión romántica de la sala y, obviamente, está buenísimo y no es lo mismo. Ahora, no por eso hay que decir que todo lo demás es una mierda”. Esta cuestión de la convivencia entre los cines y las plataformas es recurrente en muchas de las respuestas de los entrevistados (**Ana B, Lucas, Guillermo, Ana P, Ronald**) que plantean que las pantallas actualmente son múltiples y que no hay que pensarlo como una competencia sino como una ampliación en el abanico de posibilidades de consumo audiovisual. **Leandro**, incluso, sostiene que hay una dialéctica entre lo hogareño y la salida que se da porque “*por un lado, se fortalecen las tendencias relacionadas con el consumo hogareño, aparece también una tendencia que antes no existía que es la del consumo en movilidad [...] pero al mismo tiempo, estar tanto tiempo en casa nos genera la necesidad de salir*”. En ese sentido, **Leandro y Ana P** coinciden en que, en principio, no va morir el cine y esto converge con lo que muchos de los entrevistados manifiestan y que tiene que ver con el valor de la experiencia situada. Casi todos señalan que el principal diferencial de la sala, por sobre el consumo en plataformas, es la convivencia con otros y la vivencia en un espacio que no se puede imitar en el hogar. Por eso, **Ana P, Leandro, Lucas y Ana B** coinciden en que las salas deberían profundizar su carácter de espacio de sociabilización y lugar de encuentro, respondiendo a las necesidades del público local justamente, y retomando lo expuesto anteriormente, diferenciarse de las plataformas en vez de intentar competir con ellas. Es interesante, en relación con esto, lo que menciona **Ana P**: “*en un tiempo donde cada vez hay más ansiedad en lo virtual [...] tener un lugar donde uno pueda volver a conectar con lo físico, con lo concreto, me parece que va a ser muy necesario. Como las plazas*”. Por otro lado, **Ana B** también destaca la importancia de la oferta de programación de las salas en comparación con las plataformas diciendo que “*si son películas que no se pueden ver en otro lado eso suma, o si son películas programadas con un criterio más curatorial de tipo ciclo*”. Finalmente, cabe resaltar lo expuesto por **Marcelo y Leandro** en vinculación con la imposibilidad de muchas personas para acceder a las plataformas. **Leandro** explica lo siguiente: “*hay grandes partes del territorio nacional donde el ancho de banda es prohibitivo para que uses Netflix [...] muchas veces damos por sentado que ahora todo el mundo se volcó a las plataformas y hay varios obstáculos muy duros. El primero es la conexión. El segundo es el costo [...] necesitás una tarjeta de crédito en un país que tiene una bancarización muy baja donde no todo el mundo tiene tarjeta*”

#### - **Sala de cine como ruptura espacial: el adentro versus el afuera**

Hay recurrencia en la mayoría de las respuestas en pensar a la sala de cine como un espacio que “*te absorbe*” (**Guillermo**), “*te metés en ese mundo [...] entrás en otra dimensión*” (**Ronald**) o “*se detiene el tiempo*” (**Ana P**). Algunos de los entrevistados aseguran que la atmósfera particular que genera la sala de cine tiene mucho que ver con la oscuridad y las luces de la pantalla, mientras que otros destacan el silencio del público causado, entre otras cosas, por el no uso del celular. Además, según explica **Leandro**, el hecho de tener que quedarse sentado durante dos horas, sin moverse mucho y compartiendo el espacio con otros espectadores “*genera una predisposición especial. Es un compromiso mutuo no sólo con el espectáculo cinematográfico sino también con los otros [...] En ese sentido el cine, como el teatro, es un ritual. Yo creo que esa parte del hall cuando vas entrando a la sala, lo que hace es marcar la diferencia entre lo ordinario y lo extraordinario, es decir, es la zona liminal donde vos pasás de un lugar a otro (un lugar metafísico, si se quiere)*”. **Leandro**, a su vez, sostiene que el cine cumple una función de evasión en el sentido de que estimula una imaginación que, según él, es central en la modernidad porque todas las personas necesitan “salir” del entorno inmediato o escaparse de la realidad inmediata que las rodea. Esa necesidad de ficción también es mencionada por **Néstor** quien afirma que “*el cine lo que hace, entre otras cosas, es aislarte o permitirte que te aisles y hasta que te olvides, de alguna manera, cuál es tu realidad*”. En convergencia con esto, es interesante lo que plantea **Lucas** quien asegura que si bien el cine, de alguna manera, rompe con lo real, en otras cosas lo potencia. Haciendo referencia a películas que tratan temáticas relacionadas con ciertas realidades sociales, **Lucas** dice que “*más allá de que obviamente es un relato, en algún punto termina potenciando esa construcción sea porque uno la lleva o porque uno no la conocía y te llega a través del cine*”

- **- Anclaje local versus anclaje global**

La principal característica que diferencia al CTMU de las salas multiplex, estandarizadas a nivel global, según **los tres trabajadores del cine y Ana P** es el intercambio, el trato y la atención personalizada que tienen con los espectadores. Además, en la mayoría de las respuestas se menciona el aspecto arquitectónico del CTMU y su valor histórico. En ese sentido, cabe destacar lo dicho por **Marcelo**, quien asegura que *“sentís que estás en un cine de otro tiempo. Eso a la gente le gusta y le hace bien. No es el cine al que le pasó a la industria por arriba y las butacas son siempre las mismas”*. **Ronald**, coincidiendo con esto, cuenta que una pareja que frecuentemente va al CTMU dice que *“entrar en este cine es entrar en el túnel del tiempo. A ellos les encanta sentarse en un cine y sentir que hubieran venido a otra época”*. Y **Guillermo**, agrega que le llama mucho la atención a la gente y le gusta el contraste de una sala que tiene un aspecto de los años 60, y un nivel técnico actual y desarrollado. Finalmente, es interesante el aporte de **Lucas y Ana B** en este sentido, ya que aseguran que el CTMU, como espacio cultural histórico y tradicional de la comunidad de Unquillo activa una memoria y hace de puente generacional. En correspondencia con esto, **Guillermo** destaca el asunto de lo familiar afirmando que *“la gente se acuerda mucho de cómo era cuando venían a ver películas, que venían con sus abuelos o sus tíos”* y **Lucas** resalta el aspecto anecdótico de los espectadores al contar que *“la gente en invierno se llevaba frazadas y es algo que vos decís “che, pero es buenísimo porque más allá de que la estén pasando mal y se estén muriendo de frío, están yendo igual a una sala de cine y no se queda en su casa”*.

Por otro lado, **Ronald** señala que el CTMU es del pueblo porque, en definitiva, el pueblo es quien paga los impuestos para que se posibilite la conservación de la sala y, en convergencia con esto, **Ana B** advierte lo relevante que significa que la sala se haya reabierto porque hubo una política y un interés comunitario para que así sea, explicando que *“el INCAA actuaba cuando las comunidades lo requerían. Hubo alguien de Unquillo que le dijo “Che, tenemos esta sala y no queremos que desaparezca”. Entonces ahí hay una vinculación con la sala. A veces los lugares tienen una carga y no da lo mismo que sea acá o allá, a veces un lugar condensa una serie de memorias que son relevantes para que sea ese lugar”*

- **- Experiencias colectivas y subjetivas**

Lo que más destacan los entrevistados sobre la práctica social de ir al cine es que responde a la necesidad de las personas de estar en grupo, de compartir experiencias, de encontrarse, de entablar vínculos y, en el caso de un cine como el CTMU, de fortalecer el sentido de pertenencia a la comunidad. Es interesante lo que aporta **Néstor** al hablar de lo que ocurre en el CTMU: *“La gente suele, o solía, venir al cine 40 minutos antes sabiendo que le sobraba lugar, pero venía para encontrarse”*. Además, varios refieren a las emociones compartidas dentro de la sala, a cómo los sujetos se sienten interpelados por lo que le pasa al otro y la energía que eso genera. Es decir, las risas, llantos, expectativas y tensiones causadas por la película se contagian entre los espectadores y se potencian. La mayoría de los entrevistados plantean que tal experiencia no es imitable en el consumo hogareño, ya sea individual o en compañía de familia o amigos. **Lucas**, por su parte, entiende el consumo audiovisual en la sala de cine como una forma de manifestación pública y lo compara con las manifestaciones que ocurren en la calle al decir *“lo interesante es cuando estás con un desconocido en esa manifestación pública en la calle o en el cine. Y ni hablar cuando es una película que toca una temática, y que además el cine argentino lo hace bastante, con una realidad social, una realidad histórica, con una forma de contar también”*. **Leandro y Ana B**, por otro lado, lo que destacan sobre la práctica de ir al cine es el compromiso del sujeto para con la actividad. Dice **Leandro**: *“si yo voy al cine me tengo que comprometer a que voy a estar dos horas sin mirar el celular, sin bostezar, sin molestar a los que me rodean y ese compromiso es parte central del hecho de ser espectador”*. Y **Ana B**, en relación con este “pacto cinematográfico” - en palabras de Ana Rosas Mantecón- asegura que *“eso es, justamente, parte de lo que se está perdiendo o de lo que, en algún sentido, se ha perdido”*

- **- Proximidad corporal dentro de la sala: miedos y protocolos sanitarios**



Relacionado con el punto anterior, lo que más señalan los entrevistados como consecuencia de la proximidad corporal dentro de la sala es la interacción entre los espectadores, más allá de que sean desconocidos, el intercambio de algún comentario o la conexión por más de que no haya diálogo. En ese sentido, **Leandro**, retomando la idea del compromiso de los sujetos, explica lo siguiente: *“todo evento en el espacio público o semipúblico genera un compromiso. La co-presencia siempre genera un vínculo con el otro aunque no interactúes, porque en la práctica estás interactuando. Por ahí no estás hablando o discutiendo con la otra persona pero, de algún modo, a través de la gestualidad o de tu comportamiento o conducta estás dialogando con los demás”*.

En relación con el protocolo y las cuestiones sanitarias a tener en cuenta en una posible reapertura del CMTU, **Leandro** asegura que *“si vos tenías una capacidad que sólo se llenaba en un 30% [...] Vas a poder seguir teniendo tu mismo público”*. Y a eso se lo puede pensar como una ventaja, teniendo en cuenta lo expresado por los trabajadores del cine en relación a la tendencia general de público en la mayoría de las películas. Además, **Cecilia** sostiene que otra ventaja relacionada con lo sanitario va a ser *“la posibilidad de ver cine acá en Unquillo sin tener que desplazarse a Córdoba Capital [...] en los tiempos en los que la gente piensa dos veces antes de movilizarse hacia otro lugar por los riesgos que tiene el viajar en colectivo y estar en contacto con más personas”*. En ese sentido, es interesante lo que plantea **Ronald** al referirse al protocolo: *“cuando empezamos a armar el protocolo lo primero que pensamos era en que la gente no sienta el cambio, darle esa tranquilidad. O sea, que no sienta como que está entrando a un hospital”* agregando, a su vez, que la intención es hacer sentir al público del CTMU protegido y cuidado no solo físicamente sino también anímicamente. Pensando en un futuro, **Marcelo y Lucas** coinciden en imaginar que puede llegar a haber cierta resistencia a la idea de compartir un lugar cerrado con desconocidos, pero que finalmente ese desafío la necesidad del encuentro presencial con otros se va a imponer. Y en esto concuerda **Guillermo** quien afirma que *“vamos a querer seguir yendo a lugares a compartir cosas, a cruzarnos con gente totalmente desconocida [...] vamos a seguir con la necesidad de salir a espacios públicos a ese contacto entre personas”*

⇒ Volver al índice