

Estruendos, romances y clanes. La oferta cinematográfica de películas argentinas en los multicines de Buenos Aires (1997-2008)

Por Lucía Rud*

Resumen: Este artículo¹ propone una alteración en los puntos de vista habituales de los estudios sobre el cine argentino de las últimas décadas: en lugar de analizar el Nuevo Cine Argentino (NCA), indaga sobre las películas de género y de corte industrial; en vez de hacer hincapié en el incremento de la producción cinematográfica del período, se enfoca en la exhibición de los films nacionales, estudiando la oferta cultural en relación con el consumo cultural. A partir de la distinción de las películas argentinas más proyectadas por los complejos multicines de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el período 1997-2008, se pretende dar cuenta de una correlación entre los modos de producción y los modos de representación, en tanto se considera que las películas más exhibidas, de carácter industrial y producidas indirectamente por conglomerados mediáticos transnacionales, sostienen un modo de representación conservador –tanto en sus aspectos estéticos y estilísticos como en el imaginario que presentan.

Palabras clave: Exhibición, Buenos Aires, Cine argentino, 1997-2008

Abstract: Rather than analyzing the New Argentine Cinema (NCA), this paper explores mainstream genres of industrial cinema. Instead of focusing on the increase in film production, it focuses on the market by comparing the cultural offer with the cultural demand/ consumption. This article correlates film production and film screening by listing the films that were screened the most in Buenos Aires' multiplexes during the 1997-2008 period, and concludes that the most popular films, which were indirectly produced by media conglomerates, convey stylistic and aesthetic conservative systems of representation.

Key words: Exhibition, Buenos Aires, Argentine cinema, 1997-2008

El presente trabajo obtuvo la primera mención en el 5° Concurso de Ensayos Domingo Di Núbila, organizado conjuntamente por ASAECA y el 31° Festival Internacional de Cine de Mar del Plata en noviembre de 2016. El jurado estuvo compuesto por Mónica Acosta, Julia Kratje y Laura Utrera.

¹ El artículo aquí presentado es una versión resumida del trabajo realizado. Para leer la versión extendida, consultar a la autora.

Cualquier conversación sobre cine fuera de Hollywood

comienza por Hollywood

Glauber Rocha

El otro “otro cine” argentino

A lo largo de 1994, se produjeron en el país sólo cinco películas; de los once films argentinos estrenados ese año, seis convocaron a menos de tres mil espectadores (Seivach y Perelman, 2004; Deisica, 1995). Este desalentador panorama comenzó a cambiar con la promulgación e implementación de la ley de cine n° 24.377/94, que conllevó el aumento tanto de la producción de cine nacional como de la cantidad de títulos nacionales exhibidos anualmente. En 1995 y 1996 fueron realizadas más películas que en los años anteriores; sin embargo, el notorio incremento en la exhibición de cine argentino durante ese bienio se debió al estreno de cintas producidas en años previos. Recién en 1997 se manifestaron plenamente ciertos cambios en la industria procedentes de la ley de cine. De los 28 films estrenados ese año, siete fueron óperas primas y cuatro películas lograron posicionarse como grandes éxitos (*Dibu, la película*, Carlos Olivieri y Alejandro Stoessel; *Comodines*, Jorge Nisco; *La furia*, Juan Bautista Stagnaro; y *Cenizas del paraíso*, Marcelo Piñeyro). El empleo en el sector subió un 82% con respecto al año anterior (Deisica, 1998), y el primer complejo multicine de la ciudad de Buenos Aires, Cinemark Puerto Madero, fue inaugurado. Sin embargo, en los años sucesivos, el incremento de la producción nacional motivado por las políticas públicas de fomento no se vio acompañado de una mejora acorde en la distribución, la exhibición y el consumo de cine argentino.

Dentro del cine nacional más exhibido en las salas cinematográficas durante el período 1997-2008², se destacan las películas dirigidas por Juan José Jusid,

Fabián Bielinsky, Rodolfo Ledo y Juan José Campanella, y las protagonizadas por Adrián Suar, Ricardo Darín y Guillermo Francella. Estas películas de corte comercial fueron producidas por grandes empresas vinculadas a la televisión. Las empresas productoras Patagonik³, Argentina Sono Film⁴ (ASF) y Pol ka⁵ están asociadas –empresarialmente o en determinados proyectos– con los grandes conglomerados de medios locales e internacionales (Clarín, Telefe, Telefónica, Walt Disney/BuenaVista). Estas productoras, según Getino y Schargorodsky (2008), tienen una finalidad principal de carácter industrialista, están resueltas a producir dos o más largometrajes por año junto con otros productos audiovisuales (publicidad, institucionales, telefilmes) y servicios a la producción. La principal intención de sus realizaciones es lograr el éxito (entendido como recuperación económica) en el mercado, por lo que el diseño, el tratamiento conceptual y formal se inscribe en modelos estandarizados (cine

² El período estudiado finaliza en 2008, previamente a una serie de modificaciones que afectaron al sector de la exhibición: la crisis global que se inicia en Estados Unidos con la quiebra de la banca de inversión Lehman Brothers y el derrumbe de la empresa de seguros American International Group, con la consecuente alteración de la dinámica del mercado mundial; la sanción de la Ley n° 26.522 (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, LSCA) en 2009; la digitalización de salas que se realiza a partir de la llegada de los tres primeros proyectores a la Argentina en 2008 y se acentúa a partir de 2012.

³ Patagonik Film Group se creó en 1995 como empresa prestadora de servicios para el filme *Evita*, de Alan Parker. Fue fundada por Pablo Bossi, y es socia de The Walt Disney Company, Artear Argentina, Grupo Clarín y Cinecolor. Ha producido películas como *Dibu: la película* (Carlos Olivieri y Alejandro Stoessel, 1997), *Cenizas del paraíso* (Marcelo Piñeyro, 1997), *Nueve reinas* (Fabián Bielinsky, 2000), *Kamchatka* (Marcelo Piñeyro, 2002) y *El aura* (Fabián Bielinsky, 2005). Su facturación en 2005 no habría superado los 10 millones de pesos, de los cuales, un 60 % procedieron de ventas y cesiones de derechos en los mercados internacionales. En 2009, Pablo Bossi se desvinculó de Patagonik y creó PampaFilms.

⁴ Argentina Sono Film fue fundada por Ángel Mentasti en 1933, año en el que estrenó *Tango!* (Luis José Moglia Barth, 1933) y luego *Dancing*, del mismo director. Es la única productora que –aún sin estudio propio– continúa en actividad. Desde la década del noventa, han producido films como *La furia* (Juan Bautista Stagnaro, 1997), *Un argentino en Nueva York* (Juan José Jusid, 1998), *Papá es un ídolo* (Juan José Jusid, 2000), *Papá se volvió loco* (Rodolfo Ledo, 2005) y *Bañeros III, Todopoderosos* (Rodolfo Ledo, 2006).

⁵ Pol ka es una productora de medios creada por Fernando Blanco y Adrián Suar en 1994. En cine, ha producido entre otros títulos *Comodines* (Jorge Nisco, 1997), *El bonaerense* (Pablo Trapero, 2000), *El hijo de la novia* (Juan José Campanella, 2001), *Luna de Avellaneda* (Juan José Campanella, 2004) y *Un novio para mi mujer* (Juan Taratuto, 2008).

de género⁶). La adopción de convenciones de género es considerada por estas empresas como una estrategia potencial decisiva para lograr el equilibrio financiero. En cuanto a los roles protagónicos, se privilegia a los actores y actrices promovidos por la televisión. El rol de productor en estos films tiene tanta injerencia como el director de cada proyecto, o aún más. Las productoras aquí mencionadas, debido a sus presupuestos superiores y a la cantidad de espectadores que convocan, son las que reciben mayor importe en los créditos y subsidios otorgados por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Es necesario remarcar la importancia de ciertos canales de televisión⁷ en la producción de películas. Según disposiciones y acuerdos a partir de la ley de cine de 1994, la televisión se involucró en la coproducción de películas — *Caballos salvajes* (Marcelo Piñeyro, 1995) fue el primer film en el que participó Canal 13. Si bien no es el foco de este trabajo profundizar sobre los vínculos entre televisión y cine, es posible inferir que la motivación ulterior de esta participación sería recuperar parte del dinero proveniente del Comité Federal de Radiodifusión⁸ (COMFER) desviado al INCAA a partir de la ley de cine (Falicov, 2007).

⁶ El género supone ciertos cánones de producción del discurso cinematográfico, que aplicados sistemáticamente a una variedad de películas adquiere un nivel de redundancia que facilita la lectura. La redundancia es temática y formal, estética y narrativa. La combinación particular de esos elementos es lo que define a un género y lo distingue de otros. Ver: Tassara, Mabel. "El policial: la escritura y los estilos", en Wolf, Sergio (comp.): *Cine argentino. La otra historia*. Buenos Aires: Buena Letra, 1994.

⁷ Si bien la circulación de actores entre la televisión, el cine y el teatro de corte comercial fue habitual desde la década del setenta, la novedad de la década del noventa radica en la directa participación de los canales de televisión en la producción cinematográfica.

⁸ El COMFER tiene como antecedente la Comisión Nacional de Radio y Televisión (CONART) creada a partir de la Ley Nacional de Telecomunicaciones n° 19.798/72. El COMFER fue creado a partir de la ley Nacional de Radiodifusión n° 22.285/80 como órgano de control de los servicios de radiodifusión y de supervisión de la programación y el contenido de las emisiones. Se disolvió en 2009 con la promulgación de la LSCA, y fue reemplazado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Con el decreto de necesidad y urgencia n° 267/2015 de la presidencia de Mauricio Macri, se ordenó la disolución del

El cine nacional que más se proyecta y se consume puede pensarse como semejante en sus características técnicas, narrativas y estilísticas al modelo de cine de Hollywood. Por Hollywood se entiende la institucionalización internacional de ciertos estándares y valores de cine, tanto en términos de las expectativas del público, ideologías y prácticas profesionales como el establecimiento de infraestructuras de producción, distribución, exhibición y comercialización, para dar cabida, regular y reproducir estas normas y valores (Higson, 2002). Para Matthew Karush (2013), la cultura de masas producida en la Argentina se creó en diálogo con estilos y prácticas extranjeras desde la década del treinta, emulando estándares técnicos y estilísticos fijados por los productos norteamericanos, pero conciliando la imagen cosmopolita con tradiciones locales para lograr una distinción con los productos extranjeros:

Competir eficazmente requería que los cineastas emularan a Hollywood y a la vez que distinguieran sus productos tomando las particularidades argentinas que las audiencias no podían ver en las películas de Hollywood. El cine resultante, construido a partir de la combinación de elementos tomados de Hollywood y de la cultura popular argentina, ofrecía un modernismo alternativo que reconciliaba la tradición argentina con la modernidad cosmopolita (Karush: 2013, 118-119).

Hacia mediados de la década del noventa, comenzó a desarrollarse un tipo de cine en el país alejado del modelo de Hollywood: actuaciones no profesionales, estética de la desprolijidad, indeterminación y ambigüedad temática (Aguilar, 2006) caracterizan al Nuevo Cine Argentino (NCA). Sin embargo, puede pensarse la emergencia del NCA como parte de una renovación general del campo cinematográfico en la Argentina, que incluye al 'otro' cine: el cine de modo de producción industrial y modo de representación convencional. Para Gonzalo Aguilar, si bien existirían dos tipos de producción, ambos aspiran a

organismo creado a partir de una ley nacional y la fusión con la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC) en un nuevo organismo denominado Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

insertarse en el mismo circuito (Aguilar, 2006). El NCA obtuvo el interés y apoyo de la crítica y la academia y sin embargo, las películas argentinas más proyectadas en el período (y también las más consumidas) proceden del cine de género, industrial y comercial: cine de animación e infantiles, comedias románticas, comedias burdas y cine de aventuras, películas que explícitamente intentaron emular los recursos técnicos y estilísticos del cine de Hollywood (aunque no tecnológicos, ya que coincide con el período en el que los recursos digitales comienzan a descollar), y otras que directamente aplicaron las estrategias técnicas, tecnológicas y estilísticas de la televisión.

Programación de cine nacional en los complejos multicine de la ciudad de Buenos Aires

Por “multicine” se entiende aquellas salas cinematográficas construidas con seis o más pantallas alojados habitualmente en edificios diseñados especialmente para contenerlos. Cuatro empresas de capitales transnacionales (Cinemark, Showcase, Village y Hoyts), con fuertes vínculos con las productoras *majors*⁹, concentran la parte mayoritaria de espectadores, pantallas y recaudación en el país. Debido a estas razones, su programación

⁹ Las empresas *majors* son estudios cinematográficos, productoras y distribuidoras de los films más taquilleros a nivel mundial. Tienen base en Estados Unidos, próximas a la ciudad de Los Ángeles –aunque actualmente tienen sedes centrales en otras ciudades como New York, Filadelfia y Tokio. Estas empresas son: Paramount, Warner Bro, 20th Century Fox, Columbia, Universal y Disney, que conforman los *Big Six*; otra gran empresa es MGM–United Artists. Si bien los nombres se corresponden con las *majors* del antiguo *studio system*, la naturaleza empresarial es radicalmente distinta. A partir de la aplicación del decreto Paramount antimonopolio (1948), se desprendieron de la exhibición y de la distribución, pero encontraron nuevas maneras de dominar el negocio. Más tarde, las matrices fueron absorbidas por empresas multinacionales de otros rubros, como petroleras o productos alimenticios, y se estructuraron conglomerados mediáticos. Columbia, MGM, Universal y Fox son propiedad de compañías originarias en Japón, Canadá y Australia. Las empresas *major* se asocian para distribuir películas en los países extranjeros, y con apenas 180 largometrajes anuales producidos, logran controlar gran parte del mercado internacional. A su vez, producen films en el extranjero –conformando parte de empresas subsidiarias– y distribuyen películas extranjeras en otros países.

repercute en las decisiones de programación del resto de las salas (de sala única o cines “multipantallas” –antiguas salas únicas subdivididas):

Los exhibidores independientes no participan de los acuerdos con las *majors*, aunque les queda poco margen para seleccionar las películas que exhibirán, ya que si no se acoplan a la política general, sus propuestas pueden no ser elegidas por una demanda fuertemente influenciada por la promoción y la prensa (Seivach y Perelman, 2004: 87).

Es posible inferir entonces, que al analizar en profundidad la programación de los multicines de la ciudad de Buenos Aires (Showcase Belgrano, Hoyts Abasto, Cinemark Puerto Madero, Cinemark Palermo, Cinemark Caballito, Village Recoleta y Village Caballito), se da cuenta indirectamente de un panorama más amplio que incluye también a otras salas de la ciudad y del país.

Dentro de las películas más exhibidas en los multicines de la ciudad de Buenos Aires en el período 1997-2008¹⁰, es posible encontrar dramas dirigidos por grandes nombres de la década del ochenta, como *Las Manos* (Alejandro Doria, 2006), *Una noche con Sabrina Love* (2000) y *Valentín* (2002), de Alejandro Agresti; *Lugares comunes* (2002) y *Roma* (2004), de Adolfo Aristarain. Estos directores se dieron como tarea responder "a la demanda política (qué hacer) y a la identitaria (cómo somos)" (Aguilar 2006, 23). También surgen otros directores, como Eduardo Mignogna con *Cleopatra* (2003) y *El faro del sur* (1998); Marcelo Piñeyro, con sus figuras de héroes rebeldes (*Kamchatka*, 2002; *Plata quemada*, 1997); o Fabián Bielinsky (*Nueve reinas*, 2000; *El aura*, 2005), con la renovación de la forma policial (Aprea, 2008).

¹⁰ Para el análisis de datos, se utilizó una base provista por Ultracine, con la totalidad de las películas exhibidas semana a semana en los complejos multicine de la ciudad de Buenos Aires. Para la selección del corpus, se han tenido en cuenta los films con seis semanas o más en cartel en estos cines. Se presentan los datos en el anexo.

Sorpresivamente, y pese a la inclinación de las empresas exhibidoras por el cine de ficción, algunos documentales fueron exhibidos en los multicines de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) por más de cinco semanas: *Fuerza aérea SA*, 2006 y *Whisky, Romeo, Zulu*, 2004 de Enrique Piñeyro, y *Sol de noche* (Pablo Milstein y Norberto Ludin, 2002), así como algunas películas del NCA. Si bien los autores del NCA fueron estrenados en estos cines, proporcionalmente tuvieron muy pocas funciones. La ópera prima de Pablo Trapero, *Mundo grúa*, fue exhibida en el Village Recoleta (con una función por día, la semana del 8 de julio) y en Cinemark Palermo (con seis funciones por día, por una semana).

Si bien hasta julio de 2004 no se exigía cumplir con una cuota de pantalla¹¹, Village Recoleta programó películas que no fueron exitosas (*Rosariguasinos*, 2001; *Una noche con Sabrina Love*, 2000) pero que tenían el respaldo de reconocidos directores o actores y eran distribuidas por empresas influyentes en el medio.

A su vez, el consumo de películas nacionales en el periodo se encuentra concentrado. Si entre 1997 y 2008 las películas nacionales convocaron en total entre tres y cinco millones de espectadores anuales, que una o dos películas obtengan más de un millón de espectadores implica que numerosos films lograron menos de cincuenta mil espectadores (y ocasionalmente, mucho menos que eso). Esta concentración en el consumo de films se debe también a cierta concentración en la exhibición (en la cantidad de pantallas y funciones que obtiene cada película. Este último punto, a su vez, está relacionado a la cantidad de copias con las que sale cada film: gran parte de los films nacionales exhibidos sale con menos de seis copias; en promedio, la mayoría

¹¹ El 28 de junio de 2004 la resolución n° 2.016 del INCAA estableció cuotas de pantalla y media de continuidad para el cine nacional, es decir, la la cantidad mínima de películas argentinas que debían exhibirse obligatoriamente en cada una de las salas cinematográficas del país.

tiene entre nueve y catorce copias; otros films salen con más de cien copias. Esta concentración se hace aún más evidente en las producciones que quedan al margen temporal de este trabajo: *El secreto de sus ojos* (Juan José Campanella, 2009), *Metegol* (Juan José Campanella, 2013), *Relatos salvajes*¹² (Damián Szifron, 2014) y *El clan* (Pablo Trapero, 2015).

Mientras *Comodines*, *La furia* y *Dibu* –las tres películas más vistas de 1997– obtuvieron tres millones y medio de espectadores, y en 1999, *Alma mía*, *Esa maldita costilla* y *La venganza* capturaron más de dos millones de espectadores, las trece películas más vistas del NCA en el período 1997-2007 reunieron un millón y medio de espectadores todas juntas (Rocha, 2009). Para el ex Presidente del INCAA Jorge Coscia:

Si hay una política de Estado que pone dinero de los fondos públicos para el fomento del cine, a fin de año, cuando hacemos el balance, si sacáramos a *Patoruzito* y a Francella, nuestra posición en el mercado sería del 5% (Coscia, 2009: 150).

Según Joanna Page (2009), el NCA se realizó para convocar tanto a un público nacional como a un público extranjero. Más allá de las intenciones de la producción –que son discutibles, en tanto la mayor parte de películas del NCA están dirigidas a un público potencial, tanto nacional como extranjero, muy limitado–, a partir de la escueta programación en salas comerciales y de los pocos espectadores que convocan en la Argentina, resulta muy difícil sostener que la producción, distribución y exhibición del NCA están en función de convocar a un público nacional masivo. Tanto en la oferta cinematográfica como en el consumo interno cinematográfico de cine argentino, predominan los

¹² *Relatos salvajes* convocó a 3.454.410 espectadores en el 2014, es decir, el 7,57% del total de espectadores totales y el 42,41% de los espectadores de cine nacional de ese año. Actualmente es el film con mayor cantidad de espectadores del cine argentino reciente.

films de carácter industrial, tanto de calidad (*quality commercial*) como aquellos meramente industriales.

Cine de animación y películas infantiles

En el período, son numerosas las películas animadas e infantiles estrenadas que permanecieron en cartel por varias semanas, siendo una importante parte de la programación del mes de julio –coincidente con las vacaciones de invierno. Dentro de las producciones nacionales, las películas más ofertadas¹³ fueron *Manuelita* (Manuel García Ferré, 1999), *Dibu*¹⁴ (Alejandro Stoessel y Carlos Olivieri, 1997), *Dibu 2, la venganza de Nasty* (Carlos Galettini, 1998), *Corazón, las alegrías de Pantriste* (Manuel García Ferré, 2000); *El ratón Pérez* (Juan Pablo Buscarini, 2006); *Patoruzito* (José Luis Massa, 2004), *Patoruzito 2, la gran aventura* (José Luis Massa, 2006), *Micaela, una película mágica* (Rosanna Manfredi, 2001) y *El arca* (Juan Pablo Buscarini, 2007). A su vez, para analizar la oferta del período, se pueden tener en cuenta las películas infantiles o adolescentes procedentes de programas televisivos¹⁵ como *Chiquititas: Rincón de luz* (José Luis Massa, 2001)¹⁶, *High School Musical: El*

¹³ El cine de animación fue muy prolífico en estos años. Otras películas con menor exhibición estrenadas en el período son: *Los Pin tin al rescate* (Franco Bittolo, 2000), *Cóndor Crux* (Juan Pablo Buscarini, Swan Glecer, Pablo Holcer, 2000), *Mercano el marciano* (Juan Antin, 2002), *Dibu 3, la gran aventura* (Raúl Rodríguez Peila, 2002), *Martín Fierro* (Liliana Romero y Norman Ruiz, 2007), *Isidoro: la película* (José Luis Massa, 2007), *Valentina* (Eduardo Gondell, 2008), *El ratón Pérez 2* (Andrés Schaer, 2008). A partir de 2009: *Boogie, el aceitoso* (Gustavo Cova, 2009), *Metegol* (Juan José Campanella, 2013), *Gaturro* (Gustavo Cova, 2009), *El Sol* (Ayar Blasco, 2012), *Cuentos de la selva* (Norman Ruiz y Liliana Romero, 2010), *Plumíferos* (Daniel De Felippo, Gustavo Giannini, 2010), *Las aventuras de Nahuel* (Alejandro Malowicki, 2009), *La máquina que hace estrellas* (Esteban Echeverría, 2011), *Anima Buenos Aires* (María Verónica Ramírez, 2011), *Soledad y Larguirucho* (Manuel García Ferré, 2012), *Selkirk, el verdadero Robinson Crusoe* (Walter Tournier, 2012).

¹⁴ Procedente de programa televisivo del canal Telefe.

¹⁵ Otra película dirigida a público infantil y juvenil que surge de un programa televisivo es *100% Lucha, la película* (Juan Iribas, 2008).

*Desafío*¹⁷ (Jorge Nisco, 2008); *Vivir intentando*¹⁸ (Tomás Yankelevich, 2003) y *Erreway: cuatro caminos*¹⁹ (Ezequiel Crupnicoff, 2004). Estas últimas películas tienen características musicales²⁰, al igual que *La edad del sol* (Ariel Piluso, 1999), curioso título alusivo al nombre de su protagonista, la cantante de folklore Soledad Pastorutti.

La historia del cine de animación en la Argentina tiene ya más de un siglo. *El Apóstol* (Quirino Cristiani, 1917), producido por Federico Valle, estrenado en el Cine Select Lavalle el 9 de noviembre de 1917 y animado usando miles de figuras recortadas en cartón es considerado como el primer largometraje de animación. *Peludópolis* (Quirino Cristiani, 1931), el primer largometraje sonoro animado; ambos films se articulaban como sátiras políticas en la tradición de revistas de caricaturas de la época²¹, como *Caras y Caretas*. En 1942, se

¹⁶ *Chiquititas* fue un programa emitido por Telefe y producido por Cris Morena desde 1995 y por siete temporadas. La película fue el final de la serie televisiva. Entre 1996 y 2001, *Chiquititas* presentó también en versión teatral musical.

¹⁷ *High School Musical: El Desafío* es un spin-off de la película estadounidense *High School Musical* (Kenny Ortega, 2006). La producción del casting se realizó a partir de un programa emitido por Canal 13 y Disney Channel, *High School Musical, La Selección*.

¹⁸ Bandana es un grupo argentino de música pop surgido del concurso televisivo *Popstars: Tu show está por empezar* en el año 2001, transmitido por Canal 9 y posteriormente re-emitido por Telefe.

¹⁹ *Erreway: cuatro caminos* es una secuela de la serie televisiva *Rebelde Way*, de Cris Morena, televisado por Azul TV (2002-2003) y América TV (2003), y retransmitido por Fox Kids. Del programa televisivo surgió un grupo musical que se presentó en el Teatro Gran Rex, editó tres álbumes de estudio y realizó giras por América latina, Europa y Medio Oriente.

²⁰ "Así como el cine de la generación del '60 tiene su reflejo en las películas de la década del '90 hasta hoy, también el cine comercial de aquellos años ha dejado sus claras repercusiones en la actualidad. Dentro del ámbito cinematográfico, películas como *La edad del sol* (Ariel Piluso, 1999), que tiene como protagonista a Soledad Pastorutti –cantante contemporánea de música folclórica–, remiten a las películas de Palito Ortega o Sandro. Otro ejemplo es la película protagonizada por el grupo Bandana, para promocionar su nuevo disco *Vivir intentando* (Tomás Yankelevich, 2003), ya que tiene una clara remembranza con *El Club del Clan*. Igualmente esta relación entre una promoción audiovisual y la música se percibe especialmente en la televisión (*Rebelde Way*, Rincón de Luz, Resistiré, entre otras)" (Franzán, Guerstein e Izko: 2004, 34).

produjo el primer film argentino animado en technicolor, el cortometraje *Upa en apuros*²² (Dante Quintero), estrenado el 14 de noviembre en el cine Ambassador. En 1952, con la inauguración del Canal 7 estatal, los dibujos animados comenzaron a emitirse por televisión. En 1972, se estrenó el primer largo cinematográfico animado a color nacional, *Mil intentos y un invento* (Manuel García Ferré), con los personajes televisivos de Antejito y Antifaz (esta película fue reestrenada en salas comerciales en el 2001, luego del éxito de *Manuelita*). La producción cinematográfica de este último director continuó en el cine de los años siguientes: *Trapito* (1975) e *Ico, el caballito valiente* (1981). A estos largometrajes se suman las series televisivas concentradas durante la década del setenta (*Las aventuras de Hijitus* entre 1967-1973; *Calculín*, 1977 y *El libro gordo de Petete*, 1980). De esta tradición nacen los dos films de animación argentinos más exhibidos en el período: *Manuelita* y *Patoruzito*.

Patoruzú, un personaje inventado por Dante Quintero, salió por primera vez en la tira "Aventuras de Don Gil Contento" el 19 de octubre de 1928, en el diario *Crítica*. En 1945, la versión más ingenua e infantil "Patoruzito" hizo su aparición. El personaje, un generoso estanciero tehuelche, fue el ícono de la última dictadura militar así como, paradójicamente, mascota del Quinto Centenario del Descubrimiento de América en 1992. En 1996 se realizaron los cortometrajes "El templo" (con Patoruzú) y "Cazador" (con Patoruzito), producidos en Estados Unidos y la Argentina, que circularon tanto en castellano como en inglés.

²¹ Ver: Gandolfo, Amadeo (2012). "El laboratorio de los dibujantes: sociabilidad y política entre los caricaturistas argentinos (1930-1960)", en *Cadernos de Comunicação* n° 1, vol. 16, Enero-Junio.

²² "Cuando se empezó la tarea, en 1939, se pensaba filmarla en 35 mm con el sistema de technicolor, pero como esta empresa norteamericana sólo aceptaba trabajos que supusieran un tiraje de 25 copias como mínimo (cifra que excedía en mucho las posibilidades de nuestro mercado) se optó por contratar el suministro de material especial de la compañía Gaspar Films de Alemania. El estallido de la Segunda Guerra Mundial complicó todo, ya que mucho antes de finalizar la película el material cesó de llegar" (González: 2006, 37).

Presentada por Patagonik Film Group –que había producido *Cóndor Crux*–, Telefe y Red Lojo, *Paturuzito*²³ fue estrenada el 8 de julio de 2004 y fue un éxito de taquilla, con más de dos millones y medio de espectadores y doce semanas en cartel en los multicines de la CABA (en el país se estrenó en más de 130 salas, con 140 copias). Su director, José Luis Massa, había realizado previamente *Chiquititas: Rincón de luz* (2001) y *Un hijo genial* (2003), y con posterioridad dirigió *Paturuzito 2* (2006) e *Isidoro, la película* (2007). La productora Red Lojo, a su vez, estuvo a cargo de la coproducción *Don gato y su pandilla* (Alberto Mar, 2011) y *Boogie el aceitoso* (Gustavo Cova, 2009).

La trama de *Paturuzito*, desde los estudios de diversidad cultural, resulta llanamente incoherente²⁴. En el prólogo, el faraón Patoruzek I pelea contra Arotep en Egipto. Patoruzek escapa hacia la Patagonia, donde es nombrado cacique de los tehuelches y la civilización florece en el Valle Perdido. En el siglo XXI, para convertirse en cacique de la tribu y ser "dueño de toda la Patagonia" (según palabras de la Chacha, el ama de crianza), Paturuzito debe cumplir tres pruebas: recuperar la Piedra Azul dentro del Gran Volcán, encontrar la mitad faltante del amuleto de la Cueva Escondida de los antiguos (la población tehuelche invisibilizada en Patagonia), y conseguir una pluma de cóndor, símbolo de la libertad. El antagonista es Ferguson, un europeo que pretende adueñarse de la región con la ayuda de Cachicó, un tehuelche que desea desafiar a Paturuzito. Hacia el final, Ferguson se revela como Arotep, intentando destruir a Paturuzito y ser faraón de los tehuelches. Finalmente,

²³ Anteriormente, el personaje animado había aparecido en el corto "Vamos a la cama" (Dante Quinterno, 1988), emitido por Canal 2 diariamente con la función de marcar la finalización del horario de protección al menor. Cartoon Network, por su parte, transmitió en noviembre de 2005 diez cortos animados de "Isidoro Cañones", producidos por Red Lojo.

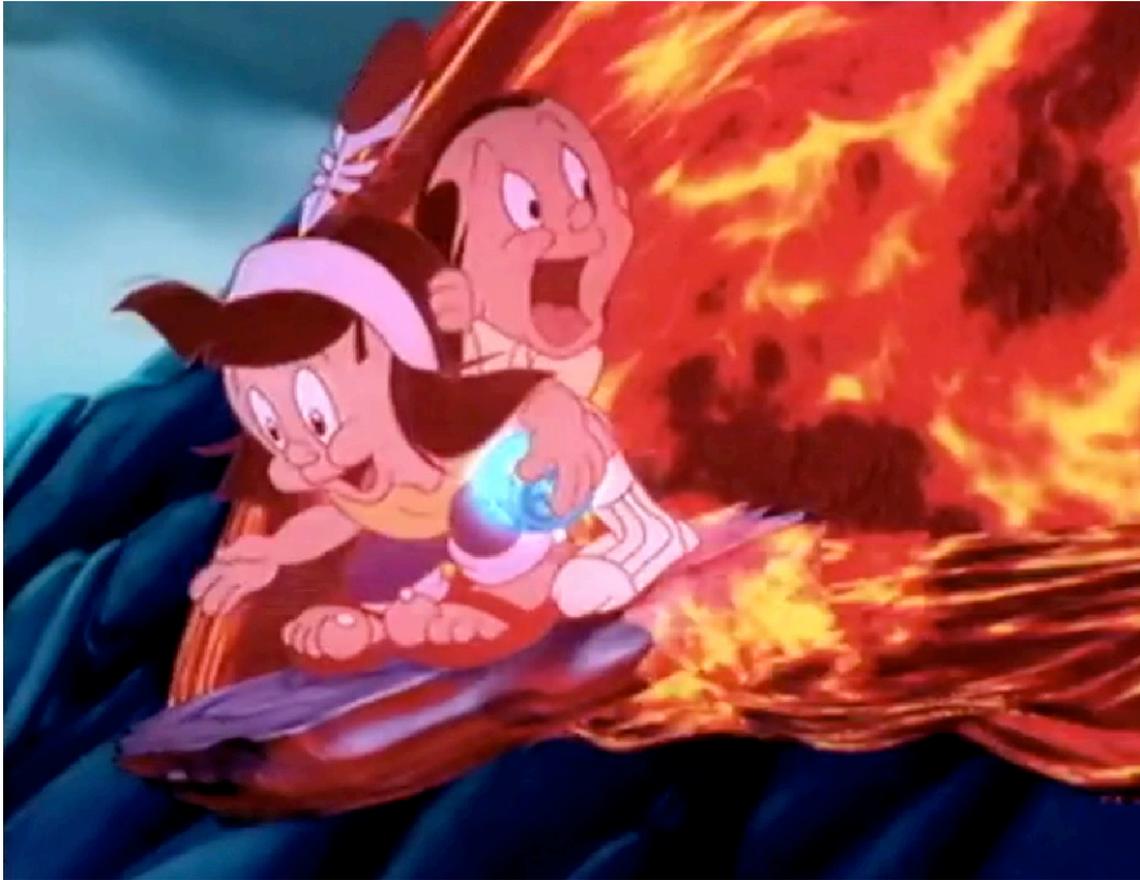
²⁴ La representación de los tehuelches en el siglo XXI en la Argentina, más allá de la ficción del dibujito animado, dista mucho de la imagen conciliadora del film. Ver: Rodríguez, Mariela Eva (2010). *De la 'extinction' a la autoafirmación: procesos de visibilización de la comunidad tehuelche Camusu Aike (provincia de Santa Cruz, Argentina)*. Tesis de doctorado, Universidad de Georgetown.

Patoruzito sale victorioso y es invitado a vivir como cacique de los tehuelches antiguos en el Valle Perdido, pero decide volver con su familia.

En el film, hay continuas apelaciones a lo nacional: música folklórica, pastelitos, empanadas, ballenas francas australes, tehuelches, boleadoras, pumas, la utilización excesiva de la palabra che (un término en mapudungun), condensando múltiples imágenes de manera incoherente, en un momento histórico en el que el consumo interno y la "marca país", así como diferentes variables de lo nacional, tenían un papel protagónico.

La música es muy ilustrativa en la película: León Gieco musicaliza con el tema "Coraje" la función del cacique (cuidar el ecosistema, la función que la cinematografía le da a los indígenas –desde *Pocahontas* hasta *Avatar*), mientras que la imagen de dinero y mujeres que imagina Isidorito como su ideal de ser cacique es musicalizada por La Mosca. La música de Los Nocheros aparece en distintas ocasiones. Según Luciano Zito (2007), esto se debe al interés de asimilar todos los segmentos posibles de público, en tanto los tres referentes de música popular ocupaban por entonces un importante lugar en los medios masivos y se reconocían como parte de la identidad nacional. La decisión de esta música, arguye Zito, correspondería más al interés en el mercado que a un criterio estético.

En cuanto a la técnica, resulta compleja la relación entre la tecnología 3D de ciertos fondos (agua, lava, fuego) y algunas secuencias –por ejemplo, en la que Patoruzito se enfrenta a Arotep en la pirámide– y el dibujo 2D de los personajes. Esta resolución técnica se ve forzada.



Utilización de efectos de animación digital con animación 2D en los personajes de *Patoruzito*.

Resulta interesante señalar que mientras *Manuelita* convocó a una importante cantidad de espectadores en España, y *El ratón Pérez* tuvo un excelente desempeño en el mundo hispanoparlante (y en otros países, como Polonia), *Paturuzito* no fue estrenada en el marco de la Unión Europea.

El amor en los tiempos de Suar

Los films sobre historias románticas (comedias, comedias dramáticas y dramas con una historia de amor), a diferencia de los films de acción y aventuras, fueron prominentes en el período mencionado. Dentro de los films más exhibidos por los multicines pueden nombrarse: *Apariencias* (Alberto Lecchi,

2000), *Apasionados* (Juan José Jusid, 2002), *Nueces para el amor* (Alberto Lecchi, 2000), *El mismo amor, la misma lluvia* (Juan José Campanella, 1999), *El hijo de la novia* (Juan José Campanella, 2001), *Luna de Avellaneda* (Juan José Campanella, 2004), *Un novio para mi mujer* (Juan Taratuto, 2008), *Motivos para no enamorarse* (Mariano Mucci, 2008), *Alma mía* (Daniel Barone, 1998), *No sos vos, soy yo* (Juan Taratuto, 2004)²⁵, *¿Quién dice que es fácil?* (Juan Taratuto, 2006), y *Samy y yo* (Eduardo Milewicz)²⁶. Dentro de este vasto corpus, es posible notar la presencia de la producción Adrián Suar, y de dos directores con un marcado sesgo autoral: Juan Taratuto y Juan José Campanella.

Un novio para mi mujer fue estrenada el 14 de agosto de 2008, producida por Patagonik, dirigida por Juan Taratuto (*Me casé con un boludo*, 2016; *No sos vos, soy yo*, 2003; *¿Quién dice que es fácil?*, 2006) y con guion de Pablo Solarz (director de *Juntos para siempre*, 2010 y guionista de *Historias mínimas*). Estuvo en cartel de los multicines once semanas, fue estrenada con 71 copias y logró convocar a un millón y medio de espectadores (el 37% de la recaudación del cine nacional para ese año). Para la promoción de la película, se realizó un *crossover* ficcional con la aparición de los personajes del film en el universo diegético de la serie televisiva *Socias*²⁷ (producida por Pol ka).

La trama narra la historia del matrimonio de Andrea "la Tana" Ferro (Valeria Bertuccelli) y Diego "El Tenso" Polski (Adrián Suar). El Tenso, como no se atreve a separarse, solicita la ayuda del Cuervo Flores (Gabriel Goity) para

²⁵ *No sos vos, soy yo* es una coproducción argentina-catalana producida con el Fondo Raíces del Cine, al igual que *Cama Adentro* (Jorge Gaggero, 2004).

²⁶ Sobre comedias románticas contemporáneas, ver: Rodríguez Riva, Lucía (2013). "Amor y panzas: configuraciones de la pareja en tres comedias románticas argentinas contemporáneas", en *Imagofagia* n° 7.

²⁷ En otros casos, canales "de la competencia" realizaron parodias apoyados en el éxito de las películas, que a su vez terminan publicitando el film. Es el caso del sketch "Como giles" de Videomatch (Telefe), que parodia la película *Comodines*.

seducir a su mujer y evitar el conflicto. La narración inicia en una sesión de terapia de pareja, con un encuadre muy similar al de *Mr. & Mrs. Smith* (Doug Liman, 2005), y se construye como un *flashback* a seis meses antes focalizado en el personaje de El Tenso. Se plantea entonces la problemática de una mujer frustrada, cuyo mal humor resulta insostenible, hasta que florece por los cuidados de otros hombres (el Cuervo Flores, el joven Damián). Aunque por momentos desopilante y simpática (la confesión de amor del Cuervo Flores en un traje de peluche, los discursos de la Tana en la radio), la musicalización²⁸ de momentos emotivos como el divorcio o el planteo de maternidad y paternidad buscan conmover.

El film no fue exitoso en el exterior. *Un novio para mi mujer*, en España²⁹ convocó a poco más de sesenta mil espectadores, aproximadamente la misma cantidad de espectadores que obtuvo *Tan de repente* (Diego Lerman, 2003), una película que en la Argentina tuvo sólo diecisiete mil espectadores. Sin embargo, los productos de Adrián Suar tienen la intención de exportar como venta de formato. El film vendió su formato y se han hecho *remakes* en Corea del Sur, *All about my wife* (Min Kyu-dong, 2012); Italia, *Un fidanzato per mia moglie* (Davide Marengo, 2014) y en México, *Busco novio para mi mujer* (Enrique Begne, 2016). Además, India, Brasil y Estados Unidos cuentan con los derechos para reversionarla.

El hijo de la novia se estrenó el 16 de agosto de 2001 y estuvo catorce semanas en cartel en los multicines de CABA. En la Argentina obtuvo 1.385.169 de espectadores, y en el extranjero, 1.776.920 (en España, 1.563.582; el resto en diversos países europeos como Alemania, Suiza,

²⁸ La música del film es de Iván Wyszogrod, que realizó también la música de *Crónica de una fuga*, *Comodines*, *Aniceto* (Leonardo Favio, 2008), y junto con Ángel Illaramendi, la de *El hijo de la novia*.

²⁹ Para ver consumo cinematográfico de films argentinos (y de otros orígenes) en la Unión Europea, consultar el excelente website del observatorio Lumiere: <http://lumiere.obs.coe.int/>

Francia). Se presentó en festivales como el de Montreal (donde ganó el premio especial del jurado), La Habana, Valladolid, entre otros, y fue nominada a mejor película de habla extranjera en los premios Oscar, otorgados por la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Estados Unidos. En 2002, la compañía Sony Pictures compró los derechos del film para la realización de una *remake* y circuló en los medios que Adam Sandler sería el protagonista. Finalmente, el proyecto se abandonó.

Los relatos de Campanella respetan un modelo clásico y unipersonal: la vida de un personaje (el protagonista) entra en conflicto por un hecho puntual. El film da cuenta entonces de las transformaciones que sufre el sujeto a partir del conflicto. Hacia el fin de la película, la vida y el pensamiento del héroe ya no son iguales, y el protagonista "crece". Los personajes actúan como un coro y las situaciones como un contexto (Piedras, 2001). En esta clase de relatos, priman la narración convencional y el efectismo sentimental (la música dirige los sentimientos melodramáticos; los insultos y las malas palabras, la comicidad). Rafael Balvedere (Ricardo Darín) no es feliz. Es dueño de un restaurante que heredó de sus padres, que le demanda incansablemente esfuerzos que no son tenidos en cuenta, y agotan sus recursos para atender sus asuntos amorosos y parentales. Su madre, Norma (Norma Aleandro), está en un geriátrico y sufre de Alzheimer. Su padre, Nino (Héctor Alterio), enamorado de su esposa pese a la enfermedad, decide concretar el casamiento por iglesia, al que se había resistido en su juventud. Juan Carlos, un amigo de la infancia de Rafael, aparece luego de haber perdido a su esposa e hija. Rafael, agotado por el restaurant, tiene un infarto. A partir de estos eventos, Rafael se replantea su relación amorosa y sus prioridades laborales, familiares y sus valores. Decide vender el restaurante familiar "Belvedere" para comprar el derruido bar de la esquina, "Buenos Aires", y quedarse en el país con su joven novia Natalia, renunciando a sus fantasías adolescentes y escapistas de vivir en México y criar caballos. Según Luciano Zito (2007), lo

que podría ser una obra costumbrista que exprese una suerte de parábola de la Argentina –en tanto la situación socioeconómica es parte del trasfondo de los conflictos del personaje–, sólo persigue la identificación del espectador con los personajes y los conflictos que estos atraviesan basados en estereotipos. De este modo, según Zito, se empobrece y clausura la visión de la crisis, que no tiene razones sociales y políticas concretas, por lo que el mensaje final es conservador, reaccionario y simplista.

La película presenta ciertas referencias al cine argentino del período. En una de las escenas, Juan Carlos y Rafael se encuentran en un set de filmación, como extras. El film dentro del film es dirigido por un personaje interpretado por Adrián Suar, que porta una boina similar a la que usa recurrentemente Juan José Campanella. Juan Carlos es actor, ha trabajado en *Esa maldita costilla*, pero Rafael no se encuentra interesado en el cine argentino.



Adrián Suar en *El hijo de la novia*.

El mérito argentino, para Rafael, es la trampa: ante billetes falsos, enuncia: "qué bien los hacen (...), para esto sí que somos buenos". En estas películas,

así como en *Elsa y Fred*, es posible notar la representación de personajes de la tercera edad:

En todas partes asistimos a la desagregación histórica de ciertas estructuras que celebran de algún modo, bajo el signo del consumo, su desaparición real y, a la vez, su resurrección caricaturesca. ¿La familia se disuelve? Entonces se la exalta (...). ¿Los viejos están solos y fuera del circuito? Todos se enternecen colectivamente ante la vejez (Baudrillard: 2009, 114).

En un contexto en que la tercera edad deja de asistir a los cines, las películas muestran la suspicacia y ternura de los viejitos.

Fuera de género (o dentro de los confines)

Pocas fueron las películas del NCA que lograron sostener la exhibición en los complejos multicines de CABA. Con cinco semanas de exhibición en pocos (e incómodos) horarios por día, se proyectaron los films *La ciénaga* (Lucrecia Martel, 2000), *Un oso rojo* (Adrián Caetano, 2002), *El bonaerense* (Pablo Trapero, 2002), *Leonera* (Pablo Trapero, 2008) y *El perro* (Carlos Sorín, 2004).

Los casos *Crónica de una fuga* y de *Historias mínimas* son particulares, ya que tienen una mayor cantidad de semanas de proyección. *Crónica de una fuga*, además, es resultado de un modo de producción industrial. El film se estrenó en salas comerciales de Bélgica, Francia, Italia, Chile, México, Serbia y Montenegro, Corea del Sur y Suecia³⁰, y participó del festival de Cannes en competencia oficial, entre otros (La Habana, Toronto). En la Argentina, fue estrenada el 27 de abril de 2006, estuvo en cartel en los multicines durante siete semanas y convocó al público: fue la quinta película argentina más vista de ese año, detrás de *Bañeros III*, *El Ratón Pérez*, *Patoruzito 2* y *Las manos*.

³⁰ Datos de <http://www.boxofficemojo.com/>

Además del éxito de taquilla, obtuvo el reconocimiento de la crítica cinematográfica: ganó el Balance de Oro en Pantalla Pinamar, y el premio Cóndor de Plata de la ACCA a la mejor película.

Crónica de una fuga está basada en la novela autobiográfica *Pase libre: la fuga de la Mansión Seré*, de Claudio Tamburrini³¹. La productora K&S (Kramer y Sigman, que produjo también *Tiempo de valientes*) había comprado los derechos de la novela testimonial de Tamburrini y eligió a Israel Adrián Caetano³² para dirigir la adaptación (un director por encargo). El film fue producido por K&S y 20th Century Fox de Argentina, y distribuido por Fox.

El cine de representación de la última dictadura militar –tanto documental como ficción– fue muy prolífico en el siglo XXI. En este cine de ficción, desde 1983, pueden observarse dos vertientes diferenciadas: las narraciones que no tienen una base documentada concreta (*La historia oficial*, *Un muro de silencio*, *Ni vivo, ni muerto*, *Kamchatka*, *Ciudad del sol*, *Un mundo menos peor*, *Hermanas*), y las narraciones basadas en documentos o testimonios (*Los dueños del silencio*, *Garage Olimpo*, *Crónica de una fuga*). Dentro de esta última, el film de Caetano presenta las vivencias³³ de Tamburrini desde una perspectiva ligada al cine de género³⁴ (de suspenso y terror). Paradójicamente, el suspenso está inhabilitado desde el título, que ya determina el final de la

³¹ Se puede consultar el testimonio de Tamburrini en el website de Desaparecidos.org.

³² La relación de los directores de *Pizza, birra y faso*, obra inaugural del NCA, con la televisión no es mínima: Bruno Stagnaro filmó *Okupas* y Adrián Caetano, *Tumberos* y *Disputas*.

³³ *Operación masacre*, sobre la obra de Rodolfo Walsh; *La noche de los lápices* (Héctor Olivera) sobre el relato de María Seoane y Héctor Ruiz Núñez.

³⁴ Según algunos artículos, el género de *Crónica de una fuga* es "película de fuga", con citas del western y de terror gótico por las referencias al cine de John Carpenter, sus películas de terror (*Halloween*, 1978; *In the Mouth of Madness*, 1995) y de ciencia ficción (*Escape from New York*, 1981; *Escape from L.A.*, 1996). Aquí se considera que las características del film de Caetano se encuadran en cine de suspenso. Ver: Bernades, Horacio (2006). "Pormenores de una huida increíble", en *Página/12*, jueves 27 de abril; García, Santiago. "Para la libertad", en *Leer Cine* n° 7.

historia (de la misma manera que *Un condamné à mort s'est échappé*, Robert Bresson, 1956, adaptación del relato autobiográfico de André Devigny). Según Israel Adrián Caetano:

Si tengo que definir a *Crónica*... creo que es más un thriller psicológico que tras la fuga se transforma en cine de aventuras. Yo consumo cine de género y mis referentes en cine son tipos que han hecho género. Esa es una de las impunidades que tuve, entre comillas: poder hacer género cuando nadie lo había hecho a partir de este tema (...) Siempre tengo como el angelito y el diablo a Carpenter, a Torre Nilsson, a Favio, a Buñuel. Para mí son los principales referentes. Pero a la hora de jugar al fútbol te olvidás, hacés lo que te parece (en Kairuz, 2006).

El relato comienza el 23 de noviembre de 1977, el día de la detención de Claudio Tamburrini, arquero de Almagro y estudiante de filosofía, y finaliza con el escape junto con sus compañeros Guillermo Fernández, Carlos García ("el gallego") y Daniel Russomano ("el vasco"), el 24 de marzo de 1978, del centro clandestino de detención Mansión Seré (también conocido como Atila), en Morón.

En la película, el punto de vista no es el de Claudio, sino el de la instancia de enunciaci3n. Por esta raz3n, induce Silvia Schwarzb3ck, no se incluye la informaci3n sobre cu3les de los prisioneros fueron combatientes y cu3les no (que s3 aparece en la novela):

El espectador s3lo puede conocer a cada personaje por lo que hace dentro del campo (...). En la pel3cula, la suspensi3n de la moralidad requiere valerse de c3digos que pertenezcan a un g3nero cinematogr3fico donde esa operaci3n sea un est3ndar. El 3nico g3nero que requiere ser mirado fuera de los l3mites de la moralidad es el de terror (de ah3 el placer particular y el fanatismo que provoca en los adolescentes) (Schwarzb3ck: 2007, 25).

Si las incluyera, el espectador sabría cuáles de los prisioneros fueron combatientes y cuáles no, pero, en ese caso, la suerte corrida por cada uno podría justificarse como mejor o peor en función de lo que ha hecho en el pasado. Y eso es lo que Caetano decide no hacer. Su película no moraliza la suerte de los personajes, como lo haría si diera información sobre su pasado.

Según el relato, Claudio parece no estar implicado de ningún modo con la militancia política (aunque en casa de su madre encontraron una bandera con una consigna de "El pueblo, unido..."). El grado de pertenencia política a determinados partidos puede inferirse: Guillermo tuvo algún tipo de militancia y conoce el sistema, "el tano" denunció a personas para proteger a sus compañeros de militancia, "el vasco" intenta cuidar a su hermano y Jorge desprecia a los "ultras".

Una de las primeras líneas que enuncia Claudio en el film, refiriéndose a un partido de fútbol, es: "Lo que no hay es sentido de equipo, profe. Ese es el problema". A lo largo del relato, se muestra el continuamente desequilibrado sentido de equipo, que finalmente logra constituirse de modo muy breve y efímero para permitir el escape de los cuatro compañeros. Los detenidos de la Mansión Seré están enemistados entre ellos: Claudio fue detenido por una acusación de "el tano", que dijo que a Claudio le correspondía un mimeógrafo con el fin último de hacer un atentado terrorista. "El tano" también delató a Jorge. Guillermo también fue acusado por "el vasco", que intentaba proteger a su hermano y que es el más ingenuo y "perejil". Jorge desprecia a Guillermo. También los represores disienten: mientras Huguito emplea mano dura para conseguir delaciones, Lucas prefiere ser el buen trato como método. Cuando Lucas tortura y humilla a Guillermo³⁵ –que además había sido amenazado por "el juez"–, decide escapar junto a Claudio.

³⁵ Según los testimonios, Guillermo fue en esa ocasión torturado por el guardia llamado "Tino". Guillermo, al escapar, dejó inscripto en las paredes de la casa: "Gracias Lucas".

A diferencia de otras películas sobre desaparecidos, se evita saturar la pantalla de representaciones explícitas de la violencia. El modo de representación de la violencia es elíptico, mostrando la inminencia de la posibilidad de violencia en lugar de los actos en cuestión, y la angustia que provocaban los momentos de espera. La picana eléctrica es sugerida, no exhibida; el "submarino" (la introducción de la cabeza en agua salada, orina u otro líquido para provocar ahogo) se expone de manera plástica. La música abstracta (a cargo de Iván Wyszogrod) y la paleta de colores remite a películas de suspenso y terror. Los planos del film muestran una cualidad e intención estética notable, con objetos desenfocados en primeros planos, movimientos de cámara, inclinaciones, cámaras bajas, contrapicados y picados. Abundan los planos subjetivos y de estilo indirecto libre para lograr una identificación con los detenidos –no debe sorprender que en los títulos finales, figura como rol "*encuadre* y dirección: Israel Adrián Caetano". La mansión Seré es también protagonista del film: se presenta siniestra a partir de planos inclinados, del sonido de las bisagras de las puertas y ventanas, las sombras proyectadas en sus paredes y pisos, y las tramas de los empapelados mustios. Hacia el final de la película, cuando se relata el destino de los protagonistas luego de la fuga, también se explica qué le sucedió a Atila: gracias a la fuga, los detenidos que quedaban fueron trasladados a unidades penales y luego puestos en libertad. La casa fue incendiada (y luego dinamitada), para borrar las evidencias. La película fue exhibida en la Casa de la Memoria y la Vida (ex Mansión Seré) el domingo 1 de julio de 2007.

Reflexiones finales

Las películas mencionadas en este artículo fueron seleccionadas por haber sido proyectadas por más de seis semanas en los multicines de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; en comparación a los estrenos nacionales en el país entre 1997 y 2008 –un total de 615–, el número de films con más de un

mes de exhibición en salas cinematográficas es escaso. En el período trabajado, es posible reconocer tres modos de producción y de exhibición en relación con las características formales y estéticas de los films.

En primer lugar, el Nuevo Cine Argentino tuvo una importante circulación internacional; sin embargo, no es ampliamente exhibido ni consumido en el mercado local, y logra la mayor parte de su recuperación económica –que en muchos casos es insuficiente– en el mercado externo. Algunas notas mencionan, por ejemplo, el éxito de *La fuga* frente a la falta de acuerdo entre el público y la crítica cinematográfica a propósito de *La libertad* (Lisandro Alonso, 2002), exhibida durante el mismo período, y que pese al reconocimiento en medios y festivales, sólo logró diez mil espectadores (Monteagudo, 2001). Las películas del NCA rompieron con el costumbrismo, el cine de tesis, la alegoría, con el estereotipo del "argentino promedio" y la inscripción de los personajes en el marco de instituciones reconocibles (en particular, la familia), principios del cine industrial que acompañan a los éxitos comerciales. Varios de los films del NCA, además, introdujeron elementos de lo documental, narrativas erráticas y opacidades en el lenguaje (González, 2013), por lo que tienen una lectura más exigente en tanto su relación con el espectador se plantea de un modo distinto y se abren a diferentes interpretaciones (Aguilar, 2006). Estos films despertaron el interés de la crítica especializada y de los investigadores cinematográficos (Wolf, 2009; Verardi, 2011); simultáneamente, tuvieron un lugar marginal en la programación de las salas de cine comerciales. En cambio, los films de características industriales y modos de representación convencionales, son ampliamente exhibidos en las salas de cine y son consumidos en mercado interno. Dentro de estos films, es posible diferenciar aquellos *de calidad (quality commercial)*, de aquellos meramente industriales (Getino y Schargorodsky, 2008).

Los films de características industriales *de calidad* en general son productos de una coproducción internacional –principalmente con España, a partir del fondo Ibermedia y el apoyo del ICAA–, o el involucramiento indirecto de compañías transnacionales (participación de Disney-Buena Vista; Fox). Esto último permite una mayor producción y distribución de las películas a partir del acceso a los mercados y financiación que tienen las compañías miembro de la Motion Picture Association (MPA).

Los films *de calidad*, además de ser exhibidos en mercado interno, circulan también en el extranjero, tanto a partir de la distribución directa como con la producción de *remakes*³⁶, nuevas versiones o adaptaciones de películas ya exhibidas en períodos anteriores o en otras cinematografías nacionales. Para Hollywood, las *remakes* de películas provenientes de otros países son muy económicas en tanto los derechos son relativamente poco costosos, el desarrollo ya se encuentra realizado, se tiene la relativa garantía de haber resultado exitoso en al menos un mercado, y si bien el derecho de formato generalmente no es muy bien pagado, la filmación de una *remake* da prestigio a sus realizadores (Seivach y Perelman, 2004). A lo largo del siglo XX y XXI, Hollywood realizó *remakes* de películas provenientes particularmente de Francia –*Starbucks* (Ken Scott, 2012), *The birdcage* (Mike Nichols, 1996), *Nine months* (Chris Columbus, 1995), *Breathless* (Jim McBride, 1983)– e Italia (*Scent of a woman*, Martin Brest, 1992). A partir del siglo XXI, las *remakes* por parte de Hollywood de films de otras nacionalidades aumentaron: *Insomnia* (Christopher Nolan, 2002), sobre una película noruega; *Brother* (Jim Sheridan, 2009) sobre una película danesa; *The lake house* (Alejandro Agresti, 2006), sobre el film coreano *Siwora* (Hyun-seung Lee, 2000), o *The uninvited* (Charles y Thomas Guard, 2009) sobre el film *Janghwa, Hongryeon* (Kim Jee

³⁶ Ver: Durham, C. (1998). *Double takes: Culture and gender in french films and their american remakes*. Hanover, Estados Unidos: University Press of New England; Forrest, J. y Koos, L. (eds.) (2002). *Dead ringers: The remake in theory and practice*. Albany, Estados Unidos: State University of New York Press.

Woon, 2003); y particularmente Japón fue fuente de nuevas versiones: *Dark water* (Walter Salles, 2005), *The ring* (Gore Verbinski, 2002), entre otros. Algunas películas argentinas tuvieron *remakes* en los Estados Unidos ya desde la década del cuarenta –*Los martes, orquídeas* (Francisco Múgica, 1941) fue reversionada en el film *You were never lovelier* (William A. Seiter, 1942) y más tarde en su versión mexicana *Una joven de 16 años* (Gilberto Martínez Solares, 1963). En el siglo XXI, en Estados Unidos se filmaron *The secret in their eyes*, *Elsa & Fred* y *Criminal*, y se realizaron además *remakes* de películas argentinas en el cine mexicano (*La suerte está echada; No eres tú, soy yo*), colombiano (*Corazón de León*), y francés (*Un homme á la hauteur*).

Así como los festivales internacionales (especialmente los europeos), capturan y exprimen los films del NCA, la MPA captura y explota algunos films argentinos "de calidad", como *Nueve reinas*, *El hijo de la novia*, *El secreto de sus ojos* o *Relatos Salvajes*. La MPA ha formado parte de la producción y distribución de películas provenientes de otras cinematografías: las relaciones de Time Warner con el documental *La marche de l'Empereur* (Luc Jacquet, 2005); Sony Columbia con el film indio *Mission Kashmir* (Vidhu Vinod Chopra, 2000) (Dupont, 2007), y Disney/Buena Vista International con *Relatos Salvajes* fueron centrales para su distribución internacional. Por supuesto, estos grandes estudios están interesados en las posibles ganancias más que en principios de diversidad cultural, aunque esto no invalida su función en pos de la distribución de un cine no-estadounidense. Buena Vista International/Disney³⁷ coprodujo y distribuyó films con potencial comercial, como *Kamchatka* y *Cohen vs. Rosi*; los dos films infantiles analizados en este artículo fueron distribuidos por una *major* de Hollywood (*Patoruzito*, por Buena Vista International y *Manuelita*, por

³⁷ Mientras en la Argentina, Disney/Buena Vista es la empresa *major* que más se involucra en la producción y distribución de cine argentino (en principio, por su acuerdo con Patagonik), según el análisis matemático de la relación entre las *majors* y las productoras-distribuidoras independientes en Estados Unidos que realiza Scott (2004), Disney/Buena Vista es la *major* que menor participación tiene en la producción y distribución de films estadounidenses independientes.

Columbia); los éxitos de *Nueve Reinas* y *El hijo de la novia* fueron distribuidos por Sony Pictures Classic. A diferencia de las películas que apelan a estrellas de televisión locales y se dirigen a problemáticas regionales, los films "de calidad" apelan a historias que tienen un atractivo universal y son fáciles de entender³⁸.

Desde un enfoque populista, productos industriales sin pretensiones de calidad, como *Papá se volvió loco* o *Bañeros III*, producidos por empresas nacionales, con estrellas locales y consumidos exclusivamente por el mercado interno, podrían ser considerados los *verdaderamente* nacionales. Este último discurso sugiere que un cine sólo puede ser nacional, y ordenar a una audiencia nacional-popular si se trata de un cine de género de producción en masa, capaz de construir, reproducir, y reciclar mitos populares a gran escala, con un sistema de explotación de mercado con buenos recursos. Una vez más, el papel de la televisión debe ser tenido en cuenta, ya que su participación directa genera, sostiene y regula discursos cinematográficos accesibles (Higson, 2002). Paradójicamente, en el universo diegético que sostienen estos films, es recurrente la presencia de escenas filmadas en el extranjero. Aquí se sostiene que la exposición de sitios del extranjero (el Caribe, Brasil, Nueva York, España) es parte de cierta condición idiosincrática argentina, que promueve una visión "del exterior". Más allá de las limitaciones teóricas y de alcance del enfoque populista, debe tenerse en cuenta que si bien estos últimos films están dirigidos exclusivamente al mercado interno y producidos por empresas argentinas con subsidios nacionales, son realizados con recursos técnicos y tecnológicos provenientes del extranjero, las empresas televisoras que los producen están relacionadas con conglomerados de capitales extranjeros, y son exhibidos por cadenas internacionales, por lo que también están imbricados en una lógica más compleja que lo meramente nacional.

³⁸ Ver: O'Brien, M.; Ibars, M. (2004). "Fame, glamour, cash", en *Latin Finance* n° 156, 28 de abril, 2004, pp. 42-44.

Para finalizar, si la cultura de masas argentina durante la década del veinte y del treinta alentó a los consumidores a identificar la nación con los humildes y el cine celebró la solidaridad, la generosidad y la honestidad de los pobres mientras atacaban el egoísmo, la frivolidad y falta de sinceridad de los ricos (Karush, 2013), sucede lo contrario en el cine de los noventa más exhibido y consumido en el país. Siguiendo una lógica de ascenso social –que ya había ocurrido hacia la década del cincuenta–, el cine argentino exhibido en el circuito comercial durante el período 1997-2008 busca una identificación con los conflictos de la clase media³⁹. Durante la década del noventa, en un momento en que la clase media entraba en una profunda crisis, en estas películas se exhibía el último bastión fantasmagórico de la clase media argentina.

Bibliografía

- Aguilar, Gonzalo (2006). *Otros mundos. Un ensayo sobre el nuevo cine argentino*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Appadurai, Arjun (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: FCE.
- Battle, Diego (2002). "Cine de exportación", en *La Nación*, Martes 22 de octubre.
- Baudrillard, Jean (2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.
- Coscia, Jorge (2009). *La esperanza sitiada: debates político-culturales en tiempos del bicentenario*. Buenos Aires: Colihue.
- Deisica (1998). *Cuadernos del Deisica 1997*. Buenos Aires.
- ____ (1995). *Cuadernos del Deisica 1994*. Buenos Aires.
- Dupont, Nathalie (2007). "Le cinéma américain: un impérialisme culturel?", en *Revue LISA/LISA e-journal. Littératures, Histoire des Idées, Images, Sociétés du Monde Anglophone–Literature* n° 5.3, pp. 111-132.
- Falicov, Tamara (2013). "How Comodines became Argentina's first blockbuster phenomenon",

³⁹ Como parte de la representación hegemónica, estos films están centrados en personajes masculinos (la excepción es *Manuelita*, que a pesar de ser protagonizada por un personaje femenino relativamente autónomo, encuentra su realización a partir del trabajo en el mundo del modelaje y el casamiento). Resultaría relevante analizar este corpus desde una perspectiva de género.

- en Stringer, Julian: *Movie blockbusters*. Routledge, pp. 242-254.
- ____ (2007). *The Cinematic Tango. Contemporary Argentine Film*. Londres: Wallpaper.
- Franzán, Victoria; Virginia Guerstein y Tamara Izko (2004). "Cine comercial: los sesenta, los noventa", en *Creación y Producción de Diseño y Comunicación* n° 1, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, pp. 31-36.
- Getino, Octavio (2012). *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires: Ciccus.
- Getino, Octavio y Héctor Schargorodsky (2008). *El cine argentino en los mercados externos*. Buenos Aires: Observatorio Cultural.
- González, Alejandro (2006). "La animación en Argentina", en Rodríguez Jáuregui, Pablo (coord.): *Haciendo dibujitos en el fin del mundo*. Rosario: CAR.
- Higson, Andrew (2002). "The concept of national cinema", en Williams, Alan: *Film and nationalism*. Londres: Routledge, pp. 52-67.
- Kairuz, Mariano (2006). "El gran escape", en *Página/12*, domingo 16 de abril.
- Karush, Matthew (2013). *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*. Buenos Aires: Ariel.
- Kirchheimer, Mónica (2014). *Problemas de lectura: la animación cinematográfica contemporánea y sus campos de tensión genérico-estilística*. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Kruger, Clara (2006). *La presencia del Estado en el cine del primer peronismo*. Tesis de doctorado en Artes, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Minghetti, Claudio (2005). "Cine popular, con destino masivo", en *La Nación*, Martes 31 de mayo.
- Monteagudo, Luciano (2001). "Un año de insólita bonanza (cinematográfica)", en *Página/12*, 27 de diciembre.
- Page, Joanna (2009). *Crisis and Capitalism in Contemporary Argentine Cinema*. Durham: Duke University Press.
- Piedras, Pablo (2001). "El retorno a los géneros", en *Cinenacional*, 14 de agosto.
- Rancière, Jacques (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.
- Rocha, Carolina (2009). "Contemporary Argentine Cinema During Neoliberalism", en *Hispania* Vol. 92, n 4, diciembre, pp. 841-851.
- Rocha, Glauber (2004). *Revolução do Cinema Novo*. São Paulo: Cosac Naify.
- Salles, Walter (2008). "Apuntes para una teoría sobre la 'road movie'", en *Ñ Revista de Cultura*, Viernes 11 de enero.
- Schwarzböck, Silvia (2007). *Estudio crítico sobre Crónica de una fuga*. Buenos Aires: Granica.
- Seivach, Paulina y Pablo Perelman (2004). *Industria cinematográfica en la Argentina: entre los límites del mercado y el fomento estatal*. Buenos Aires: Gobierno de Buenos Aires.

Shaw, Deborah (2007). "Playing Hollywood at its own game? Bielinsky's Nine Queens", en *Contemporary Latin American Cinema: Breaking into the global market*. Lanham: Rowman & Littlefield, pp. 67-85.

Verardi, Malena (2011). *Nuevo cine argentino (1998-2008): formas de una época. Procedimientos y representaciones de una estética política*. Berlín: Editorial Académica Española.

Wolf, Sergio (comp.) (2009). *Cine argentino. Estéticas de la producción*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura/ Bafici.

Wortman, Ana (comp.) (2009). *Consumos culturales en Buenos Aires: una aproximación a procesos sociales contemporáneos*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Zito, Luciano (coord.) (2007). *El cine en la era de la repetición. Séptimo arte, pobreza y políticas culturales en la Argentina*. Centro Cultural de la Cooperación.

Corpus ampliado

Bañeros III Todopoderosos (Rodolfo Ledo, 2006)

El hijo de la novia (Juan José Campanella, 2001)

Elsa y Fred (Marcos Carnevale, 2005)

Comodines (Jorge Nisco y Daniel Barone, 1997)

Crónica de una fuga (Adrián Caetano, 2006)

Historias mínimas (Carlos Sorín, 2002)

Kamchatka (Marcelo Piñeyro, 2002)

La fuga (Eduardo Mignogna, 2001)

Manuelita (Manuel García Ferré, 1999)

Nueve reinas (Fabián Bielinsky, 2000)

Papá se volvió loco (Rodolfo Ledo, 2005)

Patoruzito (José Luis Massa, 2004)

Tiempo de valientes (Damián Szifron, 2005)

Un argentino en Nueva York (Juan José Jusid, 1998)

Un novio para mi mujer (Juan Taratuto, 2008)

I M A G  F A G I A

Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual
www.asaeca.org/imagofagia - N°15 - 2017 - ISSN 1852-9550

* Lucía Rud es licenciada y profesora en Artes (Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires), Magíster en Diversidad Cultural (Universidad Nacional de Tres de Febrero), y Doctora en Historia y Teoría de las Artes (Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires), con una beca del CONICET. Es autora de numerosos artículos sobre cine y teatro en libros y revistas especializadas. En la actualidad, está llevando a cabo una investigación sobre relaciones transnacionales entre las industrias cinematográficas argentina y coreana. Dirección de correo electrónico: luciarud@gmail.com