

IC

Contornos del NO

Revista de Industrias Culturales

Contornos del NO: subjetividades, territorio
y producción cultural

Cartografía de la industria VJ nacional

¿Una especie de industria fabril? Panorama y
perspectiva histórica del mercado editorial en Argentina

La verdadera madurez de un videojuego

Elogio a la chispa: multitud, culturas
y palimpsesto conurbano

Fusibles: una experiencia autogestiva en el territorio

El gaucho del NO

Fotografía estenopeica

La sociedad del espectáculo: sugerencias y ejemplos

Garantizar el acceso igualitario a la exhibición es
democratizar la producción audiovisual

En el umbral del porvenir. Algunos dilemas nacionales
en la Sociedad del Conocimiento

El mapa de la industria en torno al lenguaje musical



Ic

Índice

Presentación de Ic Contornos del NO Federico G. Thea y Pablo López	5
<small>EDITORIAL</small> Contornos del NO: subjetividades, territorio y producción cultural María Iribarren	7
<small>INDUSTRIA</small> Cartografía de la industria VJ nacional FUNDAV	17
¿Una especie de industria fabril? Panorama y perspectiva histórica del mercado editorial en Argentina Gabriel D. Lerman	19
<small>CRÍTICA</small> La verdadera madurez de un videojuego Fernando Romero López	31
<small>CONTRASTES</small> Elogio a la chispa: multitud, culturas y palimpsesto conurbano Juan Manuel Ciucci y Sebastián Russo	35
<small>TERRITORIO</small> Fusibles: una experiencia autogestiva en el territorio Ricardo Esquivel	43
El gaucho del NO Leandro Gualano	47
Fotografía estenopeica Mariano Dalaison	51
<small>BITÁCORA</small> La sociedad del espectáculo: sugerencias y ejemplos Alejandro Kaufman	57
Garantizar el acceso igualitario a la exhibición es democratizar la producción audiovisual Israel Adrián Caetano	61
En el umbral del porvenir. Algunos dilemas nacionales en la Sociedad del Conocimiento Fernando Peirone	65
El mapa de la industria en torno al lenguaje musical Javier Tenenbaum y Diego Zapico	73

IC. Contornos del NO. Revista de Industrias Culturales

Año I | N° 1 | octubre de 2017

© 2017, Universidad Nacional de José C. Paz. Leandro N. Alem 4731

José C. Paz, Pcia. de Buenos Aires, Argentina

© 2017, EDUNPAZ, Editorial Universitaria

ISSN 2591-4863



Rector: **Federico Thea**

Vicerrector: **Héctor Hugo Trincherro**

Secretario General: **Darío Exequiel Kusinsky**

Director General de Gestión de la Información y

Sistema de Bibliotecas: **Horacio Moreno**

Jefa de Departamento Editorial: **Bárbara Poey Sowerby**

Diseño, arte y maquetación integral: **Jorge Otermin**

consejo de redacción:

Bernardo Mallaina

Gabriel Lerman

Gabriel Reches

Gisela Here

Juan Manuel Ciucci

María Iribarren

Matías Farías

Sebastián Russo

consejo asesor externo:

Alejandro Kaufman

Alejandro Montalbán

Carmen Guarini

Graciela Esnaola

Lucas Rozenmacher

María Pía López

Paola Pavanello

colaboraron en esta edición:

Alejandro Kaufman

Diego Zapico

Fernando Peirone

Fernando Romero López

Israel Adrián Caetano

Javier Tenenbaum

Leandro Gualano

Mariano Dalaison

Ricardo Esquivel

Publicación electrónica - distribución gratuita



Licencia Creative Commons - Atribución - No Comercial (by-nc) Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga con fines comerciales. Tampoco se puede utilizar la obra original con fines comerciales. Esta licencia no es una licencia libre. Algunos derechos reservados: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>

Las opiniones expresadas en los artículos firmados son de los autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de esta publicación ni de la Universidad Nacional de José C. Paz.

Presentación de *Ic. Contornos del NO*



Federico G. Thea y Pablo López***

La revista que hoy presentamos es, en muchos aspectos, reflejo del sendero virtuoso que viene transitando la Universidad Nacional de José C Paz.

El lanzamiento del primer número de *Ic. Contornos del NO* es expresión del crecimiento exponencial de la UNPAZ que se hace evidente no solo en la cantidad de jóvenes, hombres y mujeres que eligen alguna de las carreras de una oferta formativa creciente, sino también en su impacto territorial. A su vez, las actividades de investigación y extensión universitaria se multiplican, motorizadas por la participación de cientos de estudiantes y docentes.

En este sentido, tanto estudiantes como docentes de las tecnicaturas universitarias en Industrias Culturales muestran un compromiso con la carrera y con el territorio que no es frecuente. Este compromiso se revela en iniciativas tales como el proyecto de investigación multidisciplinario “Cartografía socioeconómica de la cultura en el noroeste del conurbano bonaerense” que ahora se expande y complementa en este espacio que hoy inauguramos.

La mejor manera que encontramos para aproximar al lector al conjunto de textos reunidos en esta publicación es diciendo que se trata de una revista contemporánea con nuestro tiempo y las necesidades y expresiones locales. Estas características revisten especial importancia ya que la producción

* Rector de la Universidad Nacional de José Clemente Paz.

** Director del Departamento de Economía, Desarrollo e Innovación de la Universidad Nacional de José Clemente Paz.

académica muchas veces oscila entre debates eruditos, con escasa relevancia práctica, y discusiones superficiales sobre la apariencia de los fenómenos coyunturales sin indagar en las determinaciones fundamentales (y muchas veces contradictorias con esas apariencias) de los problemas sociales y culturales del presente.

Producción académica que, además, a menudo se cierra sobre sí misma y excluye en aras de una aspiración de científicidad distorsionada.

Ser “contemporáneo con nuestra época”, por el contrario, es estar a la altura de las necesidades socio-culturales del desarrollo argentino, enclavado en una etapa histórica regional y global particular, facilitando el acceso a la información y abriendo el debate a toda la comunidad.

Si entender las especificidades de este tiempo no es una tarea sencilla, estar comprometido con el territorio implica dar incluso un paso más. Se trata no solo de ser consciente de los problemas coyunturales, buscar sus razones más profundas y pensar las maneras de abordarlos, sino también afrontarlos desde el espacio regional cultural, pensando sus especificidades y sus complejidades. En la UNPAZ buscamos encuadrar la vida académica por y para la comunidad del que es parte nuestra Universidad. En las carreras del área de industrias culturales este desafío se plantea en forma permanente, casi como una razón de ser. Cada plan de estudios, cada actividad práctica, cada investigación académica se conciben en función del Noroeste del Conurbano Bonaerense, en función de los *Contornos del NO*. Así, esta revista condensa el trabajo que se viene realizando en las Tecnicaturas de Industrias Culturales de la UNPAZ: rescatar las expresiones culturales que emergen del mestizaje que caracteriza a la región, que reúne a comunidades originarias, migrantes de otras provincias y de países limítrofes, descendientes de europeos, etc. Tramado cultural que encuentra su correlato productivo bajo la forma de Pymes, cooperativas, organizaciones sociales, artistas independientes, colectivos y redes de creación que, en definitiva, le dan contenido al concepto de industria cultural como sector con un peso creciente en la economía de nuestro país. Los puentes que tiende y aspira a construir *Ic. Contornos del NO* son amplios y diversos. En primer lugar, con la comunidad, presentándose como un espacio de difusión de las manifestaciones artísticas de los paceños, de sus celebraciones, de sus tradiciones identitarias. En segundo lugar, como una oportunidad de diálogo con las publicaciones de los otros departamentos y carreras de la UNPAZ, aportando herramientas que sirvan a la reflexión crítica de las “culturas” profesionales.

En definitiva, se trata de un espacio de confluencia de las miradas diversas de docentes y estudiantes de las carreras de Industrias Culturales, en conversación con el resto de las áreas de la Universidad y, esencialmente, con el territorio en el que está inserta la UNPAZ.

Contornos del NO: subjetividades, territorio y producción cultural



María Iribarren*

“La civilización actual concede a todo un aire de semejanza”.
Max Horkheimer y Theodor Adorno

*“La lengua sin arcaísmos, sin erudición. Natural y neológica.
La contribución millonaria de todos los errores. Como hablamos. Como somos”.*
Manifiesto Pau-Brasil, Oswald de Andrade

“La patria es el Otro”.
Cristina Fernández de Kirchner

Palabras clave: Industrias culturales - territorios - subjetividades - videojuegos - audiovisual

1. Justificación

El nombre *Contornos del NO* funda un homenaje y proyecta una quimera.

El homenaje refiere a los hombres y a la mujer que crearon la revista *Contorno* en los años posteriores al golpe de Estado del '55, con el propósito de disputar la hegemonía crítica al grupo Sur liderado por Victoria Ocampo.

* Coordinadora de las Tecnicaturas en Industrias Culturales (UNPAZ); docente de Historia del cine; periodista.

De la lectura de Ismael y David Viñas, de León Rozitchner, de Adelaida Gigli y de Noé Jitrik, entre tantos otros que rayaron las páginas de la mítica *Contorno*, aprendimos a pensar el campo cultural desde la Historia política (“El texto es el contexto”) y a configurarnos como intelectuales críticos. En esas dos inflexiones podemos reconocernos.

La quimera excede estas páginas y derrama en nuestra práctica docente. Es una especie de fémur lanzado al vacío: intervenir en las condiciones del presente para alterar el porvenir, aunque más no sea, desde el deseo y la convicción.

Docentes y estudiantes de la Tecnicatura en producción y diseño de videojuegos y de la Tecnicatura en producción de medios audiovisuales de la Universidad Nacional de José C. Paz (UNPAZ), nos proponemos (nos comprometemos a) trajinar el territorio. Vamos a pensar los contornos del NO, pisando el NO. Aprendiendo el NO. Conversando con el NO. Recuperando su verdad y su memoria. Los ruidos y las imágenes de sus calles. Los relatos que se juegan en sus pantallas.

Espacio para la reflexión y el análisis, la divulgación de experiencias y de novedades. La resistencia cultural y la Historia. *Contornos del NO* será un punto de confluencia de saberes y tradiciones, de generaciones, de prácticas y modelos productivos, de ideologías, de subjetividades y de territorios.



2. Hipótesis

Si algún sentido sigue teniendo hoy la palabra cultura (no me refiero al plano de la política pública ni al de la resistencia contrahegemónica, sino a los tejidos culturales que anuda la sociedad) habrá que buscarlo, necesariamente, en las subjetividades y los territorios del Conurbano Bonaerense. Es ahí donde lo global se choca y se mestiza, más rápida y conflictivamente, con el repertorio de prácticas simbólicas e identitarias que caracterizan a cada región.

En los últimos veinte años, viene ocurriendo en el espacio que la fenomenología académica designa como “periferia” que los pueblos reacondicionan o fundan sus instituciones culturales (más o menos formalizadas), sus medios de comunicación, sus escuelas comunitarias, sus centros culturales y de formación. Ámbitos que crecen entreverados con los tradicionales y más arraigados: la sociedad de fomento, la biblioteca popular, el comedor vecinal, en los que el Estado brilla por su ausencia.

También es “aquí”, en José C. Paz, San Miguel, Moreno, Malvinas Argentinas y un sinfín de barrios circundantes, donde los resabios de saberes milenarios (originarios) conviven en un mestizaje (perpetuamente germinal), cuya belleza impura se expresa en las lenguas (y sus textos), los ritmos (y sus ritos), las texturas (los colores y las tramas, los sabores y las materias primas) diferentes en y de cada una de las comunidades de migrantes latinoamericanos, europeos y asiáticos que se establecieron en este cordón cósmico de la cintura bonaerense.

En este sentido, en el mapa del NO alternan la pobreza, la marginalidad y la expectativa pequeño burguesa; el voluntarismo (el voluntariado), la conciencia de clase y el punterismo (siempre) depredador. La tecnología 2.0 con la infraestructura deficitaria. El “perfume al filo del dolor” de una pertenencia con raíces bien puestas.



3. Radiografías

Un rasgo histórico característico de la producción cultural en Argentina es la disimetría entre Buenos Aires y el resto de las provincias. A su vez, en los Estados provinciales, se replica ese mismo itinerario que va de la concentración a la dispersión, desde las ciudades y los pueblos grandes, hacia el interior profundo.

El sector productivo nacional dedicado a la cultura se reparte según tres grandes grupos: productores propiamente dichos; distribuidores y/o comercializadores y prestadores de servicios.

Mientras que los sectores productivos industrializados son seis más sus variables: las artes escénicas (teatro, danza, títeres), el audiovisual (cine, televisión, radio), la edición gráfica (libros y revistas, librerías), el diseño (de indumentaria, industrial y gráfico), la música (en todos los géneros de la expresión popular), el videojuego.

La hechura económica se modifica según el tamaño de cada proyecto. Predominan cuatro modelos: el estudio unipersonal, la pyme familiar, la organización social y la cooperativa de trabajadores.

En Argentina, el Estado sigue siendo un jugador significativo en lo que hace a los espacios de exhibición (salas de cine, salas de teatro), circuitos de divulgación (centros culturales, etc.) y/o de preservación del patrimonio cultural (bibliotecas, museos).

Desde otro punto de vista, el Estado es deudor en mora en relación a la modernización de los marcos jurídicos que aplican a la producción industrial de cultura, en materia de derechos de autor, marcas y patentes, copyright, regulación de las entidades gestoras de derechos, legislación aduanera, etc.

Finalmente, lo es también en lo que hace al diseño de políticas de fomento de la producción cultural, de alcance nacional y regional. Cabe señalar que, en la actualidad, el Ministerio de Cultura de la Nación promueve la figura del “emprendedor” y la práctica del “emprendedorismo”. Ambos conceptos están en las antípodas de la concepción cultural con la que, desde nuestras carreras, abordamos la enseñanza y el análisis del campo de la creación simbólica.



4. Apropiaciones

En julio de 2011, organizado por la Secretaría de Cultura de la Nación, se realizó la primera edición del **Mercado de Industrias Culturales (MICA)**, hasta esa fecha, una experiencia inédita en el país.

En efecto, por primera vez, los seis sectores más pujantes de la industria cultural argentina se reunieron con empresas de todo el mundo para concordar una agenda comercial en común, intercambiar información y exhibir la producción nacional ante los visitantes internacionales.

Más allá del balance en números, la experiencia arrojó un saldo positivo que redundó en la realización del **MICA** en formato itinerante a través de cada una de las seis regiones provinciales (en 2012 y 2014), dos nuevos **MICA** nacionales (en 2013 y 2015), y un **MICSUR** (2014) con la participación de diez países de Latinoamérica.

El **MICA** obligó a pensar el ecosistema de la cultura desde puntos de vista distintos (complementarios) en los que vale la pena demorarse. En primer lugar, demostró que la idea de “industria cultural”, en singular, carece de impacto descriptivo salvo que se trate de la referencia histórica al momento en que Adorno y Horkheimer¹ dieron a conocer su conceptualización. Es decir, la posguerra.

Fuera de ese contexto, los procesos específicos que requieren la realización audiovisual, el desarrollo de videojuegos, el diseño de indumentaria y/o el industrial así como la empresa editorial, ameritan el plural como marca de una complejidad que se agrega a la disputa por el sentido (arte versus cultura, cultura versus mercado), en tanto nudo problemático (especificidad) propio de las industrias culturales bajo el dominio capitalista.

¹ Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.

En segundo lugar, el **MICA** sirvió para poner en valor, darle rango y visibilidad federal a una producción tradicionalmente confinada a su lugar de origen, homologada a menudo con el artesanato, alejada de las políticas nacionales de fomento.

Por último, el **MICA** resultó crucial para ensayar canales de comercialización a partir de las redes creadas, así como para el ensayo de formas de agrupamiento asociativo, clusters y otras menos convencionales, incluso, transversales a los seis sectores o a más de una práctica.

Este último propósito, a su vez, demanda una doble lectura: en principio, el **MICA** transmitió a los productores la convicción de que era perfectamente factible aspirar a que una parte de sus ganancias provinieran del “mercado interno ampliado”, es decir, el MERCOSUR. Un horizonte que no figuraba en los papeles de las corporaciones culturales.

Por esa misma vía, resultó perfectamente factible apropiarse de las herramientas y de las lógicas del Mercado a fin de adaptarlas al campo concreto de la comercialización de bienes culturales, tomando en cuenta las dinámicas singulares de cada provincia, región o país, las necesidades y los anhelos del grupo productor.

Esta historia, debería continuar.





5. Azares

Desde el inicio del nuevo siglo, la variable tecnológica (de la mano de los formatos digitales) impuso la reconsideración de la producción cultural en su conjunto en vistas a un cambio de paradigma. Una transformación que, a excepción del videojuego que “nació” digital, ya afecta las condiciones de producción, las lógicas de distribución y de consumo de todas las demás prácticas.

¿Sigue siendo “cine” una película filmada en soporte digital que, luego, será visualizada en solitario, a través de dispositivos móviles, transgrediendo las configuraciones de la imagen cinematográfica (el cuadro, el raccord, el travelling) e incluso interrumpiendo la “emisión”, llegado el caso?

La versatilidad y maniobrabilidad (lectura-búsqueda-interacción) que provee el ebook, ¿es homologable a la del libro convencional? El mismo nombre, ¿puede designar dos objetos tan diferentes?

En otro orden de asuntos, ¿qué leyes de protección autoral asisten al videojuego en tanto desarrollo industrial fuertemente anclado a la dimensión identitaria?

La pregunta por la tecnología nunca es una pregunta tecnológica. En este caso, se trata del sentido (¿los nuevos sentidos?) que los bienes culturales alcanzan tras la mutación del paradigma analógico al digital. Por ejemplo, en la experiencia audiovisual, el pasaje del soporte fílmico al soporte digital adultera el menú conceptual de lo que llamamos (hasta ahora) “cine”. Por el contrario, la sustitución de la tecnología analógica por la digital, en la imagen televisiva, resulta absolutamente irrelevante al concepto. No obstante, en ambos casos, los modos de la recepción y la circulación han variado llegando a impactar en las rutinas de socialización y la vida familiar.

Así, la hibridación tecnológica que atraviesa el campo audiovisual en su conjunto enciende las alarmas sobre la ausencia de políticas públicas (de educación y fomento) en torno a la preservación del patrimonio audiovisual.

El videojuego está más lejos aún de ese paraíso.

Somos parte de una “época” signada por dos corrientes contradictorias: la digitalización y la globalización de la producción cultural. Si el primer fenómeno llama a la exploración y la prueba de nuevos lenguajes, relatos y dispositivos, el segundo tiende a aplastar de antemano esa diversidad imponiendo estándares, clausurando toda libertad creadora.

¿Qué hacer en este escenario? Por lo pronto, plantear el problema y abrir el debate desde las páginas de esta revista. Sabiendo que no hay cultura fuera de un territorio, ni territorio ajeno a los sujetos que circulan a través de ese espacio de mestizaje y confluencia.

Con estos interrogantes y unas pocas certezas, inauguramos *Contornos del NO*.

Esta historia sí continuará.

THEODOR ADORNO Y MAX HORKHEIMER

La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas (fragmento)



Universidad de Frankfurt. Max Horkheimer saluda a Theodor Adorno

“Hoy las obras de arte, como las directivas políticas, son adaptadas oportunamente por la industria cultural, inculcadas a precios reducidos a un público reluctante, y su uso se torna accesible al pueblo, como el de los parques. Pero la disolución de su auténtico carácter de mercancía no significa que sean custodiadas y salvadas en la vida de una sociedad libre, sino que ha desaparecido incluso la última garantía de que no serían degradadas a la condición de bienes culturales. La abolición del privilegio cultural por liquidación no introduce a las

masas en dominios que les estaban vedados, sino que en las condiciones sociales actuales contribuye justamente a la ruina de la cultura, al progreso de la bárbara ausencia de relaciones. Quien en el siglo pasado o a comienzos de éste gastaba su dinero para ver un drama o para escuchar un concierto, tributaba al espectáculo por lo menos tanto respeto como al dinero invertido en él. El burgués que quería extraer algo para él podía a veces buscar una relación con la obra. La llamada literatura introductiva a las obras de Wagner y los comentarios al *Fausto* son testimonio de este hecho. No eran aún más que una forma de paso a las notaciones biográficas y a las otras prácticas a las que la obra de arte es hoy sometida. Incluso en los primeros tiempos del sistema el valor de intercambio no era arrastrado tras el valor de uso como un mero apéndice, sino que se lo había desarrollado como premisa de éste, y esto fue socialmente ventajoso para las obras de arte. Mientras era caro, el arte mantenía aún al burgués dentro de ciertos límites. Ya no ocurre así. Su vecindad absoluta, no medida más por el dinero, respecto a aquellos ante los que es expuesto, lleva a su término el extrañamiento, y asimila a obra y burgués bajo el signo de la reificación total. En la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto: la crítica se ve sucedida por la *expertise* mecánica, el respeto, por el culto efímero de la celebridad. No hay ya nada caro para los consumidores. Y, sin embargo, estos intuyen que cuanto menos cuesta algo, menos les es regalado. La doble desconfianza hacia la cultura tradicional como ideología se mezcla a aquella hacia la cultura industrializada como estafa”.

ALEJANDRO ARTOPOULOS

Desarrollo 2.0. El desafío de las industrias creativas (fragmentos)



Alejandro Artopoulos

“Luego de la crisis del 2001, nos sorprendimos con la aparición de nuevas industrias culturales que batieron récords de exportaciones. Generaron contenidos que fueron consumidos en países de todo el mundo. Hubo universidades que abrieron carreras novedosas en

“Diseño y Programación de Videojuegos” que estimularon la creación de empresas basadas en conocimiento. Una empresa de videojuegos argentina fue comprada por Disney. A su vez, otra empresa argentina de desarrollo de software compró una empresa norteamericana de aplicaciones para móviles ubicada en el Silicon Valley. Google y Facebook eligieron Buenos Aires para localizar sus operaciones latinoamericanas, en tanto es la Argentina el primer país de la región en tener un capítulo propio y un representante en el board de la Fundación Wikimedia. De hecho el país lidera junto con Uruguay el ranking de exportación de software y servicios informáticos en Latinoamérica. Mercado Libre, fundada en Buenos Aires, al calor de la fiebre punto com de fin de la década del noventa hoy es la única empresa latinoamericana que cotiza en NASDAQ. ¿Qué es lo que está pasando? [...]

Florida desarrolló la “teoría de las tres T” del crecimiento económico: tecnología, talento y tolerancia. El talento es el motor de una nueva economía basada en servicios de valor agregado, la tolerancia es el mecanismo de atracción del capital humano. La tecnología no es otra cosa que el medio de producción privilegiado del procesamiento de símbolos de la economía creativa, también el medio de distribución ideal para los bienes culturales y, por último, el canal mediante el cual se asegura que lo diverso sostiene permanentemente la integración social. [...]

El 82% del comercio mundial de bienes culturales está en manos de países desarrollados (UNCTAD, 2008).² Este dato parece indicar que la Sociedad del Conocimiento es mucho más real en el mundo desarrollado, sin embargo el modo de producción basado en el conocimiento no es diferente en la periferia (Castells, 1996).³ Casos como los formatos de TV y Videojuegos son evidencia que muestra que existen oportunidades de construir sólidas industrias creativas cuando se domina este proceso de producción y se establecen las redes de conocimiento y de comercialización internacional necesarias.

La transformación digital de Latinoamérica es evidente en la superficie del consumo cultural, la alta definición en los medios de comunicación, la informatización de los sistemas educativos, el liderazgo móvil de los jóvenes y la tímida emergencia tanto de industrias tecnológicas como de industrias creativas. Sin embargo, es difícil admitir la decadencia de la sociedad industrial para aquellos que construyeron su poder alrededor de la modernidad del empleo calificado de la manufactura. La ideología industrialista sostiene una mirada miope sobre los cambios de nuestra época y se basa en una epistemología que ordena el conocimiento en jerarquías rígidas desdeñando la flexibilidad del conocimiento enlazado entre redes” (Gibbons, 1994).⁴

2 Naciones Unidas (2008). *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. Recuperado de <http://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=945>

3 Castells, M. (1996). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura: vol. 1*. Madrid: Alianza.

4 Gibbons, M. (1994). *The new production of knowledge: the dynamics of science and research in contemporary societies*. London, Sage.

Cartografía de la industria VJ nacional



Producción periodística: Bernardo Mallaina*

INDUSTRIA INDEPENDIENTE DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

FUNDAV - Fundación Argentina de Videojuegos

Como un sector incipiente dentro de las industrias culturales, el relevamiento de información ofrece una valiosa herramienta para la toma de decisiones de impacto directo e indirecto en todo el sector

VIVEN DE HACER VIDEOJUEGOS

Es entre los 22 y los 39 años que se da el mayor índice de personas que viven del desarrollo de videojuegos.

Es interesante observar también que en esa misma franja se dan muchos casos de personas que obtienen, a veces, ingresos de la actividad.

Las personas que viven de hacer videojuegos representan un 35% mientras que un 22% a veces vive de la actividad. Los que tienen mayor antigüedad en la industria son los que tienen más posibilidad de hacer teletrabajo.

En conjunto, las personas que viven del desarrollo de videojuegos o lo

han hecho alguna vez suman el 57% del total.

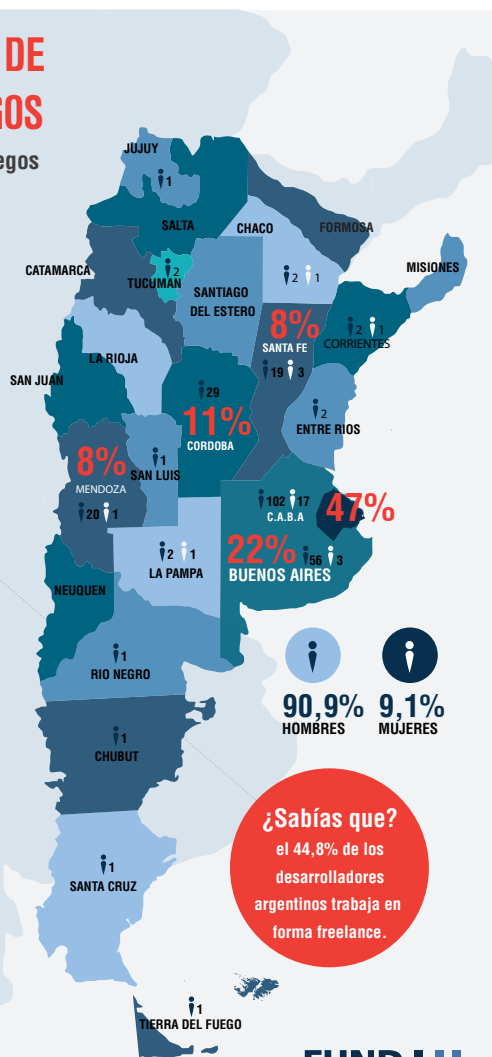
Este es un sector que tiene muy presente a los pares. Un 33% conoce a más de 20 personas en la misma actividad, mientras que solo un 8% no conoce a ninguna otra persona que trabaje del desarrollo de videojuegos.

Si bien la mayoría (el 48,5%) cuenta con una antigüedad de entre 2 y 5 años en el sector, un nada despreciable 26,8% tiene más de 6 años de actividad en el sector frente al 22% que tiene menos de 1 año participando.

SEXO DE LOS PARTICIPANTES (desglosado por rango etario)

Sexo	EDAD							Total general
	16 a 21	22 a 27	28 a 33	34 a 39	40 a 45	46 a 51	52+	
Femenino	0	9	5	7	3			24
Masculino	23	86	78	40	9	1	1	238
Otro					1			1
Total General	23	95	83	47	13	1	1	263

Pese a la gran mayoría de hombres en la industria, poco a poco más mujeres comienzan a animarse a la actividad



90,9% HOMBRES
9,1% MUJERES

¿Sabías que?
el 44,8% de los desarrolladores argentinos trabaja en forma freelance.

44%

OTRA PROFESIÓN

de los encuestados tiene otro trabajo aparte de hacer videojuegos. De los que viven del desarrollo de videojuegos en forma parcial o total, sosteniendo la actividad entre 2 y 10 años de antigüedad tienen más posibilidades de sustentarse mediante el desarrollo de la actividad, por su permanencia.

80%

NIVEL DE ESTUDIOS

del total tiene nivel de estudios superior (por lo menos terciario), un 50% del total tiene nivel universitario (sea completo o incompleto) y un 26% tiene nivel universitario completo (incluyendo postgrado).

* Docente de Cultura lúdica (UNPAZ)

¿Una especie de industria fabril?

Panorama y perspectiva histórica del mercado editorial en Argentina



Gabriel D. Lerman*

“La literatura es *una especie de industria fabril*, en cuanto sus producciones son obras del arte de escribir, de comunicar, de pensar. Un libro es una manufactura, no sólo como impresión y encuadernación, sino como producción de la inteligencia, como pensamiento, como redacción, como invención, como ciencia, como saber, como estilo. Donde no se fabrican paños, rasos, terciopelos, bretonas, estopillas, cristales, porcelanas, espejos, estatuas, grabados, etc., ¿podrán fabricarse libros pensados, escritos, publicados, como los que aparecen en la Europa más culta?”

Juan Bautista Alberdi, 1872

El mercado editorial y la producción de libros han generado en los últimos años tendencias diferenciales que es válido repensar a la luz de una perspectiva histórica. Mayor concentración en los canales de distribución y venta de productos masivos conviven con circuitos intermedios de producción y venta vinculados a pequeños consorcios de editores independientes que fabrican y distribuyen sus materiales. En 2016 se cumplieron diez años del movimiento surgido alrededor de las FLIA (Feria del Libro Independiente), así como en la primera semana de junio de 2017 se realizó con gran éxito la

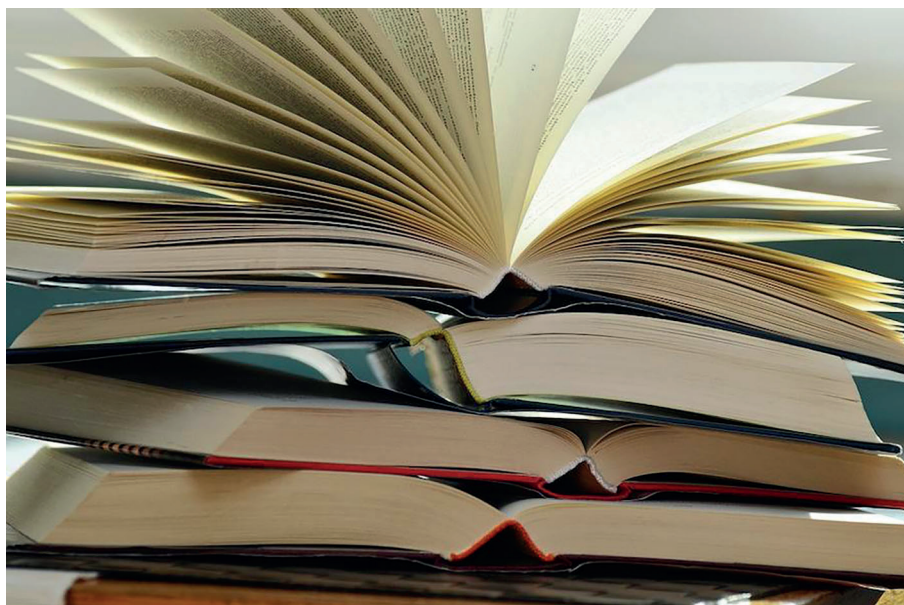
* Docente de Historia de la cultura y Las industrias culturales e investigador de UBA y UNPAZ. Coordinador de Estudios Culturales de la Dirección Nacional de Investigación Cultural de la Secretaría de Patrimonio Cultural, Ministerio de Cultura de la Nación.

6ª edición de la Feria de Editores. Formas distintas de abordar la selección de contenidos, diseños y ediciones más económicas producto de mayores posibilidades tecnológicas y gráficas de gestión.

A diferencia de la música y el cine, con sus problemáticas particulares, el libro argentino independiente se mantiene con estrategias diversas: participación en ferias del libro nacionales y provinciales mediante asociativismo, subsidio estatal con acompañamiento para la participación en eventos, apoyos específicos a la edición. A propósito de estos aspectos es válido reencontrarse con el panorama de una industria cultural que, en los albores de la patria, Alberdi supo definir como una “especie de industria fabril”. Según el pensador y constitucionalista argentino: “Un libro es una manufactura, no sólo como impresión y encuadernación, sino como producción de la inteligencia, como pensamiento, como redacción, como invención, como ciencia, como saber, como estilo”.

El año pasado se editaron en el país 62,6 millones de libros, una baja del 25% en relación a los 83,5 millones de 2015, según datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL). **El registro de 2016 representa el valor más exiguo de la serie desde 2010, cuando fueron editados 60,1 millones de libros**; el siguiente aparece en 2005, con 58,9 millones. Los datos fueron elaborados por la Agencia Argentina de ISBN y recopilados por la CAL. Además, **en 2016 la cantidad de empresas editoriales que actúan en el mercado nacional se redujo de 341 a 208, un 18%**.

El comercio exterior de libros es otro dato relevante para evaluar la situación del sector. **El año pasado, las importaciones se ubicaron en 78,5 millones de dólares, un avance del 94,7% frente a 2015**. A la vez, hay datos de los primeros meses de 2017 que marcan los efectos de cambios en la política hacia el sector. La importación de libros demandó entre enero y mayo de este año 47,6 millones de dólares, un 44,3% más que en el mismo período de 2016, según un informe del Centro de Economía Política Argentina (CEPA) elaborado en base a datos del Indec.



Según la CAL, en 2016 se editó un 25% menos de libros que en 2015

La piedra del escándalo ha sido la eliminación de las restricciones y exigencias para el ingreso externo de libros y material gráfico que se habían implementado con la entrada en vigencia de la Resolución 453/2010. Esa norma establecía en su artículo 1 que “los fabricantes nacionales, importadores, distribuidores y comercializadores de tintas, lacas y barnices empleados en la industria gráfica, deberán hacer certificar para los productos mencionados [en la Resolución], la condición de poseer un contenido de plomo inferior a 0,06 gramos por cien gramos (0,06%) de masa no volátil”.

¿Mayor importación implica mayor venta de libros? **En el último año se redujo la venta general de libros entre un 20% y un 25%, por lo que la entrada de libros desde el exterior impacta sobre una menor producción y un menor consumo local.**

Entre 2010 y 2015, como consecuencia de esa mayor exigencia regulatoria, la compra de libros impresos en el extranjero se había reducido de 117,3 a 40,3 millones, y la contracara de esa reducción había sido la recuperación de la industria gráfica nacional de libros. En 2010 se editaron 60,1 millones y en 2014 se alcanzó una producción de 128,9 millones, coincidente con el año fuerte en producción y consumo cultural en ocasión de los festejos del Bicentenario. La cifra se redujo a 83,5 millones en 2015 y, **con la flexibilización de las importaciones, en 2016 la cantidad editada volvió a caer a 62,6 millones, un 25% menos que en 2015 y un 36,6% por debajo del promedio del período 2010-2015**, según datos de la CAL. En su momento, la medida regulatoria de las importaciones había concitado acalorados debates sobre el aspecto aparentemente de censura que implicaba para el país que se pusieran trabas al ingreso de libros editados en el exterior. Menos se atendió al carácter proteccionista que implicaba para la producción del libro argentino, que provocó un crecimiento rápido de la gráfica local.

En un contexto de contracción general en el mercado interno, donde es sabido que el consumo cultural es susceptible de caer ya que no implica una necesidad básica, los factores se complican aún más. Con la disminución de las compras que históricamente realizaban Conabip y los ministerios de Educación de Nación, Provincia y Ciudad, que llegaban a absorber hasta un tercio de la producción del mercado editorial, el panorama presenta dificultades. Medidas positivas del período son, sin embargo, el aumento de los subsidios del Fondo Nacional de las Artes, la continuidad de los proyectos en torno del MICA y MICSUR y la simplificación del régimen exportador reclamado hace tiempo por la CAL.



El libro atraviesa tres procesos básicos: la producción intelectual, la producción material, y la distribución y comercialización.

El libro bajo la lupa

El libro como soporte de acceso a información, entretenimiento, contenidos de ficción, reproducciones de arte plásticas y material pedagógico ha sido por mucho tiempo el principal vehículo de transmisión de saberes de las principales culturas modernas. Si bien el libro tiene una larga vida vinculada a diversas religiones, es a partir del desarrollo de las imprentas y las posibilidades de reproducción mecánica y a escala que alcanza una centralidad como objeto circulante en el mercado. En tal sentido, el libro siempre ha mantenido una vecindad más o menos cercana con las publicaciones periódicas, con diarios y revistas de distintas características, en una relación de retroalimentación. En ocasiones, textos que aparecen primero en formatos periodísticos devienen libros y, en lo estrictamente pecuniario, durante décadas el periodismo y las publicaciones de lo inmediato fueron la actividad laboral primaria de autores y editores, así como muchas veces fueron la base de emprendimientos editoriales de mayor cuantía. Además, la industria editorial comparte con las publicaciones periódicas varios eslabones de la cadena de valor: imprentas, personal técnico, puntos de venta, estructura propietaria, aunque mantenga sus propios circuitos. En el proceso histórico de concentración del capital empresario, las fronteras tendieron a volverse más difusas aún. Si bien este capítulo presenta el panorama de la industria editorial argentina separado de los diarios y revistas, en muchos casos han tenido una vida paralela o conjunta.

En una versión simplificada de su cadena de valor, el libro presenta tres procesos básicos: la producción intelectual, la producción material, y la distribución y comercialización. Aunque los editores articulan los tres momentos en relación con distintos agentes, el primer caso está dominado por los autores, traductores, correctores y diseñadores; el segundo, por los papeleros, los servicios gráficos y

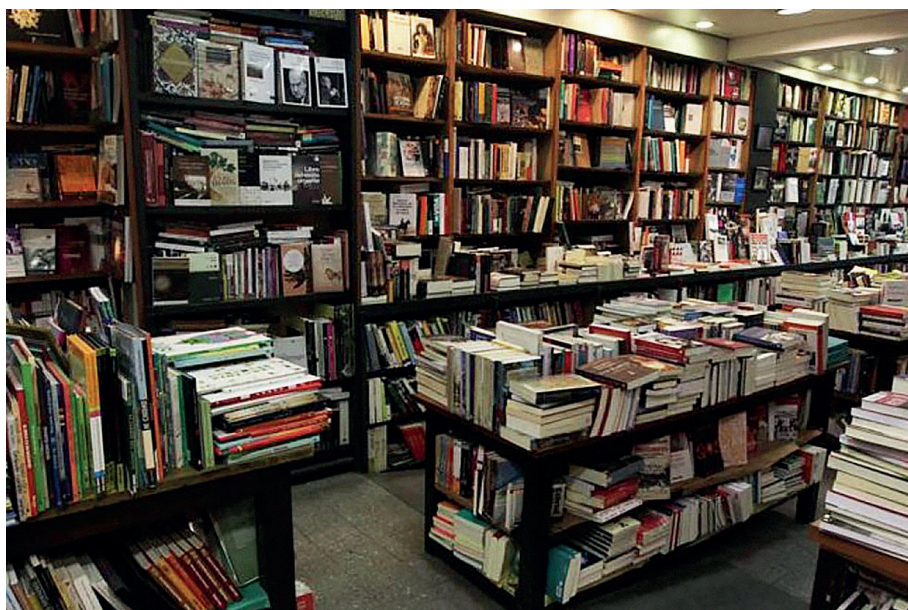
las imprentas y el tercero, por distribuidores, libreros, otros puntos de venta y el comercio exterior. En el extremo final de la cadena aparece el lector, quien a su vez puede relacionarse con el libro a través de su adquisición en el mercado o mediante el acceso a bibliotecas u otras instancias del sistema educativo formal.

La industria editorial muestra en la actualidad una configuración geográfica de marcada concentración en la **Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Con el 7,7% de la población nacional, la capital reúne el 31% de las librerías, el 63,2% de las editoriales y el 67,3% de los títulos editados. Situación que se acentúa más si se considera la cantidad de ejemplares impresos: el 84,2% proviene de allí.**

En cambio, la Provincia de Buenos Aires, que concentra casi un 38% de la población no llega al 17% de las librerías, posee menos del 7% de las editoriales y produce un promedio del 10% de los títulos y los ejemplares nacionales.

El caso de Córdoba pareciera ofrecer un mayor equilibrio entre población, librerías y editoriales, una incidencia menor en los títulos y directamente baja en la cantidad de ejemplares impresos. Con Santa Fe resulta despareja la relación entre población y librerías, y bastante baja con respecto a editoriales y producción editorial.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires posee el 31% de las librerías pero solo el 2,5% de las bibliotecas populares. El AMBA (GBA y Capital) concentra el 50% de las librerías del país, pero dentro de este conglomerado hay profundas diferencias. Mientras que la **ciudad** tiene **27 librerías cada 100 mil habitantes**, el cuarto cordón del **GBA** tiene apenas **3,15 librerías por persona**. A la vez, mientras que los distritos metropolitanos o el área pampeana (Buenos Aires, CABA, Córdoba y Santa Fe) tienen el 77% de las librerías, las no metropolitanas tienen el 50% de las bibliotecas populares.



La ciudad de Buenos Aires concentra el 31% de las librerías, el 63,2% de las editoriales y el 67,3% de los títulos que se editan en el país

Los ciclos de la industria

La industria editorial ha sido por décadas uno de los puntales de la cultura argentina, punto de referencia para toda América Latina y el mundo de habla en español. Hacia mediados de la década del setenta, el país producía unos 50 millones de ejemplares al año, cifra que diez años más tarde había caído a 17. A partir de la devaluación, Argentina recuperó condiciones favorables e inició una franca recuperación: de 38 millones de libros en 2003 se pasó a 56 en 2004. Esto coincide con los mejores años de la economía posterior a la salida de la convertibilidad, con tasas de crecimiento del PBI superiores al 8%, recuperación del empleo y de la capacidad adquisitiva.

Hacia mediados de los años treinta, se produce el primer auge internacional de la industria editorial en Argentina, vinculado fuertemente a un proceso de sustitución de importaciones del libro español por la Guerra Civil. La ocupación del mercado internacional del libro en habla hispana por parte de la Argentina (1938-1955), convierte al país en la gran “traductora y editora” para América Latina y España. En respuesta a las exigencias de la producción autoral, el Estado interviene en el sector con la sanción, en 1933, de la Ley N° 11723 de Propiedad Intelectual, impulsada por el diputado Roberto Noble. La ley establece el derecho de propiedad de los creadores e intérpretes sobre sus obras, les otorga la facultad de disponer libremente de las mismas y establece el criterio de retribución económica por su reproducción o explotación comercial. Esta ley, reconocida como de avanzada en América Latina, sirvió de fundamento a la creación o reformulación de diversas entidades autorales y de intérpretes como SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores), fundada en 1936; ARGENTORES (Sociedad General de Autores de la Argentina) en 1934; y AADI (Asociación Argentina de Intérpretes) en 1954; que se sumaban a la SADE (Sociedad Argentina de Escritores), fundada en 1928.

Entre 1936 y 1946 se producen los primeros años de la llamada “época de oro” de la industria editorial. La producción se multiplica por más de diez en 10 años y solo entre 1937 y 1938 se duplica. Durante ese período se registra entre un 30 y un 50% de crecimiento anual. En 10 años aumenta seis veces la producción de títulos, a razón de un crecimiento anual de entre el 40 y el 50% (salvo el año 1938, en que la actividad alcanzó un 100% de incremento).

En cuanto a la distribución geográfica de imprentas y editoriales, entre 1937 y 1938, mientras que en la Capital se duplica la producción de libros, en el interior prácticamente se triplica. No obstante, a lo largo del período, mientras que en la Capital crece seis veces, en el interior lo hace por tres. ¿Qué había pasado? La Guerra Civil Española produjo un éxodo de casas editoriales hacia América, principalmente a Argentina y a México. Estaba por gestarse la que sería, por años, la industria editorial más poderosa de habla hispana. Según reseña el autor mexicano Sealtiel Alatríste, a mediados del siglo XX los argentinos “habían traducido todas las novelas y autores que serían grandes éxitos en la España posfranquista: Albert Camus, Jean Paul Sartre, Virginia Woolf, William Faulkner, James Joyce, Thomas Mann. Prácticamente toda la literatura mundial estaba al alcance de los lectores gracias al empuje de los editores argentinos”.

Durante el año 1944, las exportaciones argentinas de libros aumentaron un 80% respecto del año anterior, alcanzando los 20.433.800 ejemplares, cifra que se reiteraría al año siguiente.

De 1935 a 1943, la cantidad de imprentas del país aumentó más de un 33%, pasando de 1.285 a 1.762 (García, 1965). A lo largo de esos años, se produce un crecimiento anual cercano al 15% tanto entre los establecimientos como entre el personal empleado. Según la misma fuente, durante el año 1946 los establecimientos gráficos llegan a 2.391, aumentando un 40% respecto de dos años atrás, mientras que los obreros del sector llegan a 26.265, también creciendo en un 40%.

A partir de 1946, el peronismo mantiene el período ascendente de la industria editorial que, sin desmayos, se prolongaba ininterrumpidamente desde una década atrás. Ese año se alcanzó el punto más alto, con casi 34 millones de ejemplares editados, que solo será superado con la extraordinaria producción de 1953 –uno de los tres hitos de toda la historia editorial argentina–, que rozó los 51 millones de libros editados. Sin embargo, entre medio, aparecen ciclos descendentes: en 1948 se produce una baja a casi 23 millones y, en el difícil año 1955, comienza una caída que se mantendrá algunos años, con 22 millones. Entre 1956 y 1958, la producción de ejemplares se desploma cerca de un 25%, aunque la cantidad de títulos muestra una leve mejoría.

En 1966 comienza otra etapa de crecimiento con tasas promedio del 10% que se prolongará, salvo algún altibajo, durante la década siguiente, hasta lograr un ápice en 1974 con casi 50 millones de ejemplares editados, prácticamente la misma cantidad que en 1953. Vale señalar que estas cifras solo serán superadas a partir de 1993, en otro contexto social, político y productivo de la Argentina.

En cuanto a las exportaciones, hay que señalar que las correspondientes al período 1956-1975 presentan una mayor regularidad. Si bien entre 1956 y 1962 se mantienen en los 10 millones de ejemplares promedio, en 1963 –año del regreso a la democracia– crecen aproximadamente un 80%, superando los 16 millones. Esa cifra aumentará cerca de un 10% en los dos años siguientes hasta promediar los 19 millones, cantidad que se mantiene hasta 1973.

Por el contrario, a partir de 1976 se produce un tercer momento caracterizado por una crisis profunda que afecta tanto las condiciones simbólicas como productivas, con una pérdida de posición de la Argentina frente a países como España, México y Colombia, crisis que solo tímidamente se corrige con la vuelta de la democracia en 1983 y que dura hasta la salida de la hiperinflación (1976-1991).

A partir de allí, Argentina recupera niveles de producción y de comercio exterior, pero con una participación más modesta en la definición de los catálogos de habla hispana, con una fuerte presencia del capital extranjero, predominantemente español, y una concentración de las casas editoras en pocas manos y en menos espacios geográficos. La salida de la convertibilidad, mediante una vasta devaluación, mejora las condiciones exportadoras de la producción local y la lleva a niveles sin precedentes (1992-2010).

De todas formas, la recuperación económica no aparece necesariamente ligada a un impacto simbólico como en las otras dos “épocas de oro”. El tipo de libro que se produce genera interrogantes y, al

menos, ya no forma parte de un paradigma cultural de largo alcance como podrían ser las colecciones de EUDEBA, Siglo XXI o el Centro Editor de América Latina de la década del sesenta, sino que el volumen está más ligado a libros de autoayuda, de nuevas espiritualidades o al best seller de actualidad.

Esta etapa contiene a su vez dos momentos claramente distintos cuya bisagra es la crisis general de 2001-2002. En la etapa posterior, el mercado interno reanuda la impresión, se produce una mejora en el empleo de la industria, mayores niveles de exportación y, como resultado adicional de estas condiciones, el surgimiento de un tipo nuevo de editorial, de cuño alternativo o independiente, que comienza a reponer los espacios simbólicos de catálogos cuidados que la masividad editorial había reducido.



Eloísa Cartonera fue la primera editorial “cartonera” (autogestiva y cooperativa) de Argentina, creada en 2002 por el escritor Washington Cucurto y el artista plástico Javier Barilaro

¿Con la democracia se edita?

Con el regreso de la democracia a fines de 1983, si bien la producción de libros comienza una leve recuperación, en ningún caso recobrará los niveles previos a 1975. Al menos hasta 1992. Es decir, tomando como base el año 1983 (cuando la producción presentó uno de sus índices más bajos), en los tres años siguientes se operará una mejoría sostenida hasta superar los 24 millones de ejemplares en 1986.

Por ejemplo, en 1984 se editó un 20% más que el año anterior. Y en 1985 un 40% más respecto de 1984. De todas formas, durante los ochenta se mantendrán niveles parecidos a la segunda mitad de los setenta, con un deterioro particular en el momento de la hiperinflación 1989-1991.

En 1991, se produce una nueva caída histórica a 13 millones de ejemplares, solo comparable a los años 1940-1941, mucho más dramática si se consideran las diferencias en el tamaño de la población lectora y en el desarrollo de la industria editorial en particular. Uno de los hechos que más contribuyó al estancamiento del sector gráfico desde mediados de los setenta fueron los elevados gravámenes a la importación de bienes de capital, máquinas y equipos. Con los años, esto produjo una creciente obsolescencia tecnológica agravada por el elevado costo de los insumos gráficos (el papel y las tintas).

Entonces, la industria editorial argentina encontró ventajas en la impresión en el exterior, sobre todo en países como Chile, Brasil y Uruguay. Por otra parte, desde mediados de los ochenta, se sintieron los efectos de la “reprografía” ilegal, sobre todo en el sector de la enseñanza universitaria.

A partir de 1992, como consecuencia del inicio del plan de convertibilidad, la desregulación y el ingreso de capitales, se produjo una modificación en el perfil de la industria editorial. Si bien se verifican oscilaciones (por ejemplo, en 1993 y 1994), las marcas de exportación vuelven a superar los 20 millones de ejemplares, situación que no se registraba desde la primera mitad de la década del setenta.

Según el editor Guillermo Schavelson,¹ en los noventa subió la venta de libros pero no de libros científicos y técnicos, de enseñanza o literatura, sino de títulos de autoayuda o espiritualidad. Se destaca el año 1998, con un récord histórico exportador de 41,5 millones de ejemplares.

Entre los años 2000 y 2003 se produjo otra contracción, que sin embargo no perforó el piso de 20 millones. Finalmente, con el cambio de modelo productivo posterior a la devaluación, francamente exportador, se llegó a marcas nunca registradas: en 2005 más de 45 millones de ejemplares vendidos en el exterior y en 2006 unos 52,5 millones.

Con los datos a la vista y, sobre todo, teniendo en cuenta los vaivenes producidos, tal vez sea hora de generar una estabilidad mayor en las políticas públicas, destacando lo bueno de cada período y haciendo valer las voces de los distintos actores del sector.

Bibliografía

- Alatraste, S. (2005). *El mercado editorial en lengua española*. Recuperado de http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/quot-mercado-editorial-lengua-espa%C3%B1olaquot/id/51983650.html
- Azpiazu, D. y Schorr, M. (2008). Continuidades y rupturas en la industria argentina: del “modelo de los noventa” a la posconvertibilidad. Reflexiones preliminares. En *Realidad Económica*, (240).
- D'Alessio, F. (s.f.). *Nuevos actores en un contexto de crecimiento: el sector editorial en la Argentina de la posconvertibilidad* (inédito).
- De Diego, J. L. (2004). *Políticas editoriales e impacto cultural en Argentina (1940-2000)*. Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. www.fahce.unlp.edu.ar
- De Sagastizábal, L. (1995). *La edición de libros en la Argentina*. Buenos Aires: EUDEBA.

¹ Schavelson, G. (07-03-2002). Las futuras generaciones, comprometidas. *Clarín*.

García, E. A. (1965). *Desarrollo de la industria editorial argentina*. Buenos Aires: Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin.

Getino, O. (2008). *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina*. Buenos Aires: CICCUS.

Argentina, Secretaría de Cultura de la Nación (2010). *Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: SInCA.

Rivera, J. B. (1998). *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires: Atuel.

Romero, L. A. (1986). *Libros baratos y cultura para los sectores populares*. Buenos Aires: CISEA.

Trenti Rocamora, J. L. (2000). *Qué hacer con mi libro*. Buenos Aires: Dunken.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.

Editoriales populares

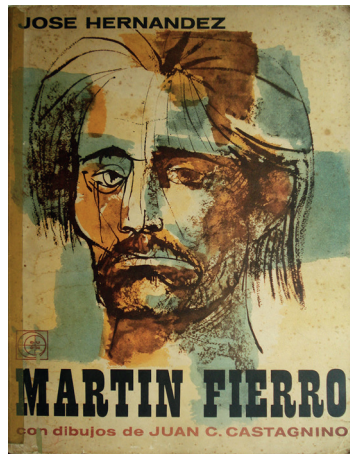
EUDEBA (Editorial Universitaria de Buenos Aires) se fundó en 1958. Según escribió Leandro de Sagastizábal en 2008, en ocasión del cincuentenario, “el lema que caracterizó su propuesta editorial, *Libros para todos*, expresó de manera clara y contundente la intencionalidad en tal sentido”.

Figura clave en el desarrollo de esa línea editorial, Boris Spivacow fue el Quijote de la transformación del libro en los años '60. A partir de iniciativas, más o menos radicales popularizó a EUDEBA y la convirtió en una editorial exitosa.

Figuras 1 y 2



Quiosco de EUDEBA en una plaza de Buenos Aires.



En 1966, lanzó la edición especial de *Martín Fierro*, con tapas blandas y formato tabloide, ilustrada por Juan Carlos Castagnino. A consecuencia del golpe de Onganía, la editorial suspendió la conferencia de prensa y el libro salió a la calle sin promoción alguna.

Una semana más tarde, finalmente, se concretó la rueda de prensa con 29.500 ejemplares ya vendidos. En carta² dirigida a sus empleados, Spivacow contó que el “resultado ha sido tan extraordinario para EUDEBA que todo lo que les diga es poco. Los librereros comenzaron comprando de a poquito, pero siguieron comprando cada vez más y el viernes solamente se llevaron 4.000 ejemplares. Fausto compraba de a 100 ejemplares por día y llenaba la vidriera de *Martín Fierro*. [...] Castagnino está inaguantable: *Martín Fierro* se le subió a la cabeza. Ha realizado un trabajo buenísimo, pero se olvida que, desgraciadamente, Van Gogh había realizado un trabajo mejor y se murió sin que su nombre trascendiera. Aquí el único inteligente y genial es el gerente... He pedido papel para hacer una reimpresión de 70.000 ejemplares más y de 3.000 ejemplares de la edición plastificada para librerías. Creo que mis cálculos de que se venderán 200.000 ejemplares en un año esta vez a lo mejor se cumplen”.



El *Martín Fierro* ilustrado por Juan Carlos Castagnino y *Papeles de Macedonio Fernández*, por Felipe Noé.

² En Maunás, D. (1995). *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino*. Buenos Aires: Colihue.

En mayo de 1967 Boris Spivacow, ya fuera de EUDEBA, promueve la fundación del Centro Editor de América Latina (“el CEAL”). Según su relato:³ “Algunos de los tipos que nos fuimos de EUDEBA –yo entre ellos– pusimos pequeñas sumas de guita. Había muchos profesores, escritores, intelectuales, gente ligada de una u otra manera a EUDEBA. Les dijimos lo que pensábamos hacer: una editorial de características similares a EUDEBA. Formamos una sociedad anónima y ellos aportaron el dinero para esa sociedad. Poco, en general nadie aportaba mucho dinero. Primero porque no teníamos gente amiga con plata, y segundo porque el Centro Editor no se presentaba como un negocio, se presentaba como una empresa cultural que quería llevar adelante un plan intelectualmente importante. No decíamos ‘Usted va a perder guita’, pero tampoco decíamos ‘Usted se va a hacer millonario’”.



Ediciones características del CEAL

3 *Ibíd.*

La verdadera madurez de un videojuego



*Fernando Romero López**

Palabras clave: videojuegos - Silent Hill - Resident Evil - Pokémon - Bomberman

Una vez estaba regresando de la universidad en auto junto con otros dos compañeros. En un momento uno **me muestra un video. Me explica que era un animé** que tenía muchas ganas de ver. Era una escena corta en la que más de una docena de personajes eran brutalmente masacrados. Él no tenía el contexto y yo, sinceramente, no lo tengo hasta el día de hoy. Pero las palabras que usó con emoción mientras me lo mostraba me quedaron grabadas: **“Es genial y súper maduro. Se mueren como treinta personajes en el primer capítulo”**.

¿Maduro? La palabra retumbó en mí, en aquel momento, y es una espinilla que no me he podido extirpar... **¿Es realmente “maduro” un relato por exhibir, apenas, un montón de sangre y muertes al por mayor?**

Los videojuegos son un medio, sin duda excepcional, para pensar el tema. Sobre todo por la gran batalla que sus adeptos han dado, en los últimos años, para que esas creaciones sean consideradas una forma de arte tan digna como cualquier otra. Mi posición en dicho debate es afirmativa: los videojuegos son una forma de arte.

* Estudiante de la Tecnicatura en diseño y producción de videojuegos (UNPAZ).

Ahora bien, **cuando definimos que algo es “maduro”, ¿a qué nos referimos realmente?** ¿Acaso a una historia con contenido inapropiado para ciertos espectadores? ¿Temas fuertes que pueden ser considerados dañinos? Esta calificación es válida, pero ¿es realmente un punto positivo? Sí y no. Como todo: el contenido “maduro” o impactante depende de cómo sea aprovechado. Tomemos por ejemplo dos juegos que lucen similares, pero que aprovechan su calificación de “Para adultos” de forma totalmente distinta.

Silent Hill y *Resident Evil* **son los pilares del survival horror**, género basado en la tensión del jugador a perder y el horror mostrado en pantalla. Ambas son sagas con más de veinte años de historia y ambas comenzaron en la Sony Play Station.

Silent Hill (figura 1) nos pone en la piel de Harry Mason, el padre que tuvo un desafortunado choque en el pueblo homónimo del juego, pueblo maldito que lo hará atravesar cualquier cantidad de horrores durante la búsqueda de su hija.

Por su parte, en *Resident Evil* los protagonistas son un grupo de policías que se adentran en una mansión atiborrada de zombies, intentando descubrir que pasó allí.

De buenas a primeras, tenemos una marcada diferencia en el tipo de horror manejado, **mientras que *Resident Evil* se basa en sustos fáciles y la tensión entre que el personaje muera y que el jugador pierda todo el progreso, *Silent Hill* propone un tipo de horror delicadamente psicológico:** asusta por los temas y las ideas que desenvuelve, antes que por lo mostrado en la pantalla.

Ahí es cuando llegamos al punto central, tanto *Silent Hill* como *Resident Evil* usan contenido impactante y hasta grotesco. Pero, si en *Resident Evil* ese es el objetivo principal (mostrar por mostrar), en *Silent Hill* todo lleva a una construcción: es una especie de orquesta que va *in crescendo*. Lentamente nos sumergimos en la locura que es el pueblo de Silent Hill. Cayendo, poco a poco, en picada; es un descenso a los infiernos que nos atormenta hasta el final del juego.

Figura 1: *Silent Hill* no horroriza al jugador con sustos, sino construyendo tensión gradualmente.



Entonces, ¿es incorrecta la estrategia de *Resident Evil*? Por supuesto que no, no vengo aquí de forma petulante queriendo desacreditar a una de las sagas más importantes del género. Solo la aproveché como ejemplo para ubicarnos en **la forma de utilizar el contenido “maduro”**.

Veamos otro ejemplo. Esta vez, se trata de dos sagas de videojuegos ampliamente diferentes tanto entre sí como de los casos ya citados: *Pokémon* y *Bomberman*. No creo necesario explayarme sobre el fenómeno mundial que es *Pokémon*. Para los que no lo conocen, podríamos definirlo como una especie de juego de estrategia, con diseños caricaturescos basado, como su nombre lo indica, en la utilización de bombas (con efecto igual de caricaturesco que el resto del juego). Un juego “inofensivo”, apto para todo público.

Seguramente pensarán “esos juegos no tienen nada de maduro”. Si es así, lamento decirles que la suya es una opinión bastante equívoca y cerrada. Está bien, ambos son juegos que, en un inicio, fueron pensados para niños. Pero ahí está el truco: la dos son sagas sumamente longevas, con considerable evolución título a título. Me refiero a que se han reconsiderado a sí mismas en varias ocasiones, buscando ser, en ciertos puntos de su historia, más “maduras”. Para mantener la dualidad del análisis tomemos el ejemplo negativo de *Bomberman* y el positivo de *Pokémon*.

Vamos rápidamente con el primero. Como ya mencioné, *Bomberman* es un juego caricaturesco para toda la familia, pero en un momento de su historia **creyó necesario alcanzar una estética más agresiva y adulta**. El resultado: *Bomberman* se transformó en un robot en un entorno distópico. De más está decir que **fue un fracaso** en ventas y que la saga, casi, se clausuró.

Pokémon es un fenómeno que, para sorpresa de muchos, comenzó como un videojuego. Prácticamente, cada cuatro años, sale a la venta una pareja de títulos (con algunos cambios muy mínimos) que son denominados “generación”. Actualmente, son siete las generaciones. Vamos a centrarnos en los títulos de la quinta generación: *Pokémon Blanco & Negro* (figura 2).

Necesitaría toda la revista para explayarme acerca de por qué *B&N* fue el pico más alto, en lo que a narrativa se refiere, de la saga. De momento, centrémonos en dos temas capitales de la quinta generación: **si el mismísimo concepto de captura no representa una “explotación animal” y la dualidad entre lo correcto y lo incorrecto** (el ying y el yang).

Respecto del primer tema, durante toda la aventura se producen encuentros contra un grupo conocido como el “equipo Plasma”, cuyo objetivo es la liberación de los Pokémon. Estamos en un punto importante: la saga comienza a considerarse a sí misma, a hacerse **preguntas de peso. ¿Es correcto capturar Pokémones?**

En relación al segundo tema, la dualidad de lo correcto o incorrecto, llegado el final del juego, no hay una respuesta absoluta para el dilema, no hay un ideal que gane o no hay un sí o un no absoluto. Siempre hay algo de correcto en lo incorrecto y siempre hay algo de incorrecto en lo correcto o, apegándonos a los títulos, siempre hay algo de Blanco en lo negro y de negro en lo blanco, ese es el mensaje último de *B&N*. Para una saga cuyo público objetivo son los niños es impresionantemente

fuerte. Aquí es cuando podemos decir que la saga de *Pokémon maduró* aunque, y esto es lo importante, *sin perder su esencia*. Los Pokémon no sangran cuando pelean, no vemos desnudos ni aparición de bebidas alcohólicas. El estilo de los Pokémon no cambió bruscamente hacia seres más agresivos, con la finalidad de atraer a jóvenes adultos. *Pokémon* maduró manteniendo la saga con una perfección difícilmente conseguida en el mundo de los videojuegos.

Figura 2: *Pokémon B&N* plantea al jugador la disyuntiva ¿es correcto capturar Pokémones?



Y ahí está el punto neurálgico de esta nota. Si realmente los videojuegos quieren “madurar”, si realmente quieren ser reconocidos como “algo serio”, no deben apuntar a mostrar toneladas de sangre y tripas solo porque sí. Si queremos que la industria del videojuego madure, tenemos que **centrarnos en los temas que tocamos y sobre todo en cómo los transmitimos.**

Elogio a la chispa: multitud, culturas y palimpsesto conurbano

Entrevista a María Pía López y Eduardo Balán: la cultura de los barrios ante dos modos (¿distintos?) de gestión



*Juan Manuel Ciucci y Sebastián Russo**

Palabras clave: CC UNGS - El Culebrón Timbal - San Miguel - Cuartel V - conurbano
- prácticas culturales - producciones culturales

El Conurbano escapa a cualquier designación estanca. Es una trama de signos, saberes y experiencias “sacándose chispas”. Un territorio “palimpsesto” con historias superpuestas de lenguajes, culturas, luchas compartidas. ¿Hay un “tono del noroeste”? Aún hay que definirlo, seguir haciéndolo. Pero no desde categoría sociológica o política alguna, sino desde la propia “vitalidad de las multitudes” que lo habitan.

En María Pía López (Centro Cultural UNGS) y Eduardo Balán (Culebrón Timbal) hay un afán, una apuesta: la de hallar ese tono, configurarlo, tanto desde la confluencia del arte con la política, la del arte con su propia politicidad, la que “asalta al espectador/alumno” en su habitualidad, como desde la articulación entre espacio/territorio cultural, universidad y comunidad. Con una (toda) universidad (nacional, conurbana, pero toda) con el deber de formar públicos, amplificar “consumos culturales”. Y un (todo) Espacio Cultural como ámbito/trinchera de resistencia, creación, comunitarismo.

* Docentes Historia de la industria audiovisual argentina y Teorías de la comunicación y de la imagen de la UBA y UNPAZ.

Dos miradas, dos cuerpos que arriesgan conceptual y experiencialmente desde un pensar/hacer situado, entramado. Toda una definición de “accionar político”.

Orígenes y contextos

El Centro Cultural de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) nace junto con la propia Universidad, y poco después se creó el Museo Interactivo Imaginario. “El Centro Cultural incluyó a ambos espacios, en un edificio muy particular de San Miguel, un antiguo orfanato, que perteneció a una congregación de monjas, y donde funcionó la segunda sede de la universidad, antes de construir el campus. La primera había sido la quinta de Vogelius, el financista de la revista *Crisis*”, nos explica María Pía López. “Es interesante pensar la historia de los edificios y los lugares. También que la UNGS tomó su nombre del partido de General Sarmiento y dos años después el partido se dividía en San Miguel, Malvinas Argentinas y José C. Paz, pero el viejo enlace sigue presente en una institución muy relevante para toda la zona. Un territorio es un palimpsesto, solo hay que escarbar un poco. La UNGS luego desarrolló otros espacios culturales, ya en el campus: un Museo de la Lengua (desplegado en colaboración con el de la Biblioteca Nacional) y un Multiespacio cultural”, agrega.

Por su parte, El Culebrón Timbal surge como “un proyecto artístico grupal, basado en una serie de cómics y textos que se convirtieron luego en un espectáculo de rock”, indica Balán. “De sus presentaciones a partir de 1996 fue surgiendo la visión de un colectivo cultural más amplio. El Conurbano siempre tuvo para nosotros una serie de elementos muy interesantes y provocadores, como el mestizaje de culturas y lenguajes que lo habitan, la fuerza política de ser el distrito más densamente poblado del país, su historia de lucha y creación popular, la conflictividad permanente y la vitalidad de sus multitudes, la presencia de lo latinoamericano... todo eso influyó mucho en nuestra estética y nuestras ideas artísticas y sociales”, explica.

Pensando en la relación con los barrios, Pía López indica que “el CC de la UNGS tiene muchos vínculos, tanto por la oferta formativa (se dictan cursos y diplomaturas) como por la realización de eventos culturales, en los que participan artistas de la zona y otros invitados. Tratamos de no aceptar maniqueísmos falsos, entre lo local y lo ajeno, o lo provincial y lo capitalino”.

“Cualquier elección que desprecie las tensiones entre zonas y regiones, entre estilos culturales y lingüísticos, implica borrar algo de la efectiva heterogeneidad que, lejos de ser un problema, constituye una fuente de potencia y producción. El vínculo con la Universidad está en permanente construcción, en parte porque nos obsesiona construir a los estudiantes como público”, agrega. “Trabajamos para eso con vínculos precisos con profesores, para vincular algunas líneas de la programación a los contenidos de sus propias materias. Siempre es bueno recordar cómo una llegó a ciertos consumos culturales, que no estaban dados en la misma disposición familiar, en mi caso los libros o el cine. Y ahí la universidad fue fundamental, me dio un conjunto de saberes y también de mediaciones y una suerte de catálogo de lo que existía”.

Para el Culebrón Timbal fue fundamental “el Gran Buenos Aires de los años ’90, con el peso de generaciones enteras de desocupados y subocupados, la cultura de los nuevos clientelismos, la economía “informal” a escala gigantesca, el peso de la violencia callejera y social, la pobreza, la falta de acceso a los derechos sociales básicos y los procesos de urbanización lentos y tortuosos para miles de personas. En paralelo, una historia muy rica de organización popular y barrial en torno de la protección de sus mujeres, sus pibes y jóvenes, y la explosión de cientos de las llamadas sub-culturas religiosas, organizativas, asociativas”.

Balán explica que tienen “un vínculo histórico con muchos grupos de la región, en idas y vueltas con proyectos conjuntos y luchas compartidas, desde 1998, con los ‘Aguante la Cultura’ realizándose en los barrios y el Congreso Regional de la Cultura que agrupaba artistas y organizaciones, pasando por el Movimiento por la Carta Popular, los Chicos del Pueblo, el Fre.Na.Po (Frente Nacional contra la Pobreza), etc.”.

En tanto que el Centro Cultural de la UNGS “tenía muchos vínculos con otros espacios y colectivos: hay un grupo de estudiantes y graduados de la Carrera de Cultura y Lenguajes Artísticos que lleva adelante un proyecto interesante de mapear los espacios culturales de la zona del viejo partido de General Sarmiento. Los vínculos, de todos modos, se van renovando y se establecen para colaboraciones puntuales”, indica Pía López, “como producciones conjuntas en los espacios de la universidad o el envío de producciones de la universidad hacia otros espacios. Se trata de una universidad que pone énfasis en los vínculos con las organizaciones sociales del territorio, y eso lo afirmamos también como estratégico en la gestión cultural”.



Fachada del Centro Cultural de la UNGS.



Eduardo Balán y el Culebrón Timbal. Crédito: Leandro Alegría

(di)Gestión cultural

Si hay una lucha contemporánea en el marco de lo que se denominó la “batalla cultural” (que no es más que la sempiterna y configuradora batalla por las interpretaciones, incluso la de los conceptos de centro y periferia de lo hegemónico y lo alternativo) es con el denominado marketing político, que avanza sobre todos los campos de “lo” político: la cultura, el conocimiento, el arte, la intersubjetividad, la construcción identitaria.

El concepto de “gestión cultural” se ha abigarrado y devino natural denominación (marketinera) para aquellxs que antaño tenían roles de “producción y distribución”, aquellxs que intersectan a los “hacedores” con los “espectadores/consumidores”.

De paradigma post-industrial, el “gestor cultural” ya no lidiaría con materialidades concretas, sino con bases de datos, mailings, “managereando” comunidades virtuales. Y en estos términos, en un territorio específico, con necesidades, tradiciones específicas, su accionar se vuelve homogeneizador, replicante de fórmulas (tips) globales. Más aún cuando este territorio es el Conurbano Bonaerense. Allí donde la “cultura” no es un grupo de variables previamente constituidas, sino una vivencia cotidiana, compleja, mutable y mutante. Conformada (y conformándose) en el entrecruce de necesidades económicas “genetizadas” (tal como Glauber Rocha caracteriza al ethos “hambriento” latinoamericano), prácticas políticas, comunales a su vez expresadas y en lucha por las formas hegemónicas de la urbanidad mayúscula (la Capital Federal) que le otorga de hecho al con-urbano su identidad con-textual, dependiente, deriva desgajable, cordón a cordón.

Es allí, desde esta puesta en crisis de tal concepto (el de la gestión), de tal ideario (el del marketing), desde donde puede no solo entenderse, sino valorarse y desearlo expansivo, el rol, la posición/postura tanto de María Pía López como de Eduardo Balán.



Actualidades políticas/culturales del Conurbano

Puestos a pensar en las características que aporta el territorio a la propuesta cultural de ambos espacios, Pía López indica que “algunas prácticas culturales y artísticas están más extendidas que en otros lugares y funcionan como razón de encuentros comunitarios, trabajo en redes y sensibilidades políticas. Pasa con los grupos de rock, las murgas, el muralismo, los grupos de danza folklórica. Hay tonos de hablar, palabras, que son del noroeste. No tuve tiempo de registrar, pero sería muy interesante dar cuenta de esa tonalidad, de las formas expresivas, de los giros, y pensar su vínculo con las estéticas de la cultura de la zona”.

Por su parte, Balán cuenta que “con escuelas y universidades siempre intentamos trabajar, la articulación con espacios académicos es muy necesaria”, aunque “se da bastante menos de lo deseable. Lamentablemente no existe un proyecto estratégico social y político en el que podamos trabajar con continuidad. La relación es esporádica y se limita a ayudarnos institucionalmente en cuestiones puntuales”, agrega el coordinador y miembro fundador de la organización. “Tanto para la tarea universitaria como para el desempeño de las organizaciones populares deberíamos compartir una visión y una práctica de mutuo fortalecimiento social, institucional y económico en función de los derechos de nuestros niños y jóvenes”.

La Directora del CC de la UNGS encuentra “algo propio en pensar la gestión cultural desde la universidad. Porque implica recuperar –para programar o definir espacios formativos o producciones–, poner en juego, los criterios críticos y reflexivos propios de la vida universitaria. Esto no significa, de

ningún modo, pensar que hay una cultura deseable desde la universidad y otras que no. No es una cuestión de legitimidad, sino de perspectiva. De tener en cuenta ciertos planos del pensamiento a la hora de actuar. Por ejemplo, tener presente la historicidad de las obras, el modo en que dialogan con otras producciones culturales, las ideas que ponen en juego, la trama comunitaria que activan. Lo que menos importa, ahí, es el gusto personal”.

En tanto que hacia el futuro, y los desafíos que hoy mismo están construyéndose, dirá “no le veo límites a la gestión cultural desde un ámbito académico, por ahora. Sí la potencialidad de producir un terreno donde cosas distintas se saquen chispas. Por ejemplo, producimos *Diarios del odio*. Y había que sostener una obra que tiene características muy controversiales, por su propio objeto y las decisiones coreográficas que toma, en el medio del campus, cuando había profesores y estudiantes entrando y saliendo de las clases y convirtiéndose en público ocasional. Para mí, eso tenía un interés particular, que alguien sea asaltado por una obra que no esperaba”, finaliza Pía López.

El agite del Nor/Oeste

Recorrer sus calles es encontrar un decir particular, un sentir que atraviesa generaciones. Hay un orgullo en quien habita el Nor/Oeste conurbano, centro de resistencias y vivencias que se van tornando mitológicas con el transcurrir del tiempo. Las líneas férreas trazan límites que parecen imposibles, pero que en identidades futboleras pueden llegar hasta el apocalipsis de un domingo a cancha llena, de visitante o de local.

Pensar desde allí la cultura, desde disímiles espacios que sin embargo se encuentran atravesados por antiguos vasos comunicantes, fue la propuesta de esta nota. Una Universidad, como tantas otras, que encontró en su extensión y arraigo territorial un sentido fundamental para imaginar a la educación como arma cargada de futuro. Un Centro Cultural y una organización comunitaria surgidos de las entrañas mismas del derrumbe societal del 2001, activando los detritos pulsionales siempre presentes al hurgar en las capas biográficas de una comunidad golpeada.

Una nota, pues, como una excusa más para sumar a lo que decimos sobre lo que sucede en la zona más intensa de la provincia de Buenos Aires. Alejados de noticiosos incendiarios y páginas que replican las noticias de ayer.

Centro Cultural de la UNGS

Tel: 011 4451-4575 / 7924 / 7925
Horario de atención: lunes a viernes de 10 a 20
Info: c_artes@ungs.edu.ar
Web: www.ungs.edu.ar/ms_centro_cultural/

El Culebrón Timbal

Predio La Huella, Ruta 24 y Baigorria, Cuartel V, Moreno, provincia de Buenos Aires
Tel: 02320-452423
Info: comunicacion@culebrontimbal.com.ar
Web: www.culebrontimbal.com.ar/

BIO

MARÍA PÍA LÓPEZ



Socióloga, ensayista, investigadora y docente. Publicó los libros de ensayo *Mutantes. Trazos sobre los cuerpos* (1997), *Sábado o la moral de los argentinos* (1997, en colaboración con Guillermo Korn), *Lugones. Entre la aventura y la cruzada* (2004) y *Hacia la vida intensa. Una historia de la sensibilidad vitalista* (2010). Escribió las novelas *No tengo tiempo* (2010), *Habla Clara* (2012), *Teatro de operaciones* (2014) y *Miss Once* (2015). En la actualidad dirige el Centro Cultural de la Universidad de General Sarmiento.

BIO

EDUARDO BALÁN



Músico, cantor, maestro, dibujante, coordinador y miembro fundador de El Culebrón Timbal, con quienes editaron tres discos (*Culebrón Timbal* de 1996; *Territorio* de 1999 y *2163* de 2003). En 2008 editaron el medimetraje *Cuenca de las Ciudades Mestizas*. Impulsó actividades artísticas, sociales y políticas desde el Conurbano Bonaerense, en un recorrido que lo llevó por toda América Latina. Desde hace más de 10 años funcionan en un predio en Cuartel V, Moreno, donde tienen una escuela de arte y un plurimedios barrial.

Fusibles: una experiencia autogestiva en el territorio



*Ricardo Esquivel**
Fotos: Mariela Maldonado

Palabras clave: Fusibles - autogestión - Saturno 5 audiovisual - hazlo tú mismo

La autonomía suele ser un valor reclamado para la producción artística, pero en tiempos de tanta retórica, lugares comunes e inmediatez mundana, hace falta ponerla en acto y no meramente declamarla. Fusibles es una banda del Conurbano que le da cuerpo y forma a este desafío, a partir de una experiencia autogestiva que sostiene una propuesta artística más interesada en trazar distintos tipos de vínculo con el territorio que en estar a la moda.

La banda está compuesta por Lou Bauman en guitarra, Pablo Olivera en batería, Lalo Pineda en bajo, Marcelo Ruiz en síntesis y programaciones, Ezequiel Cuenca en batería. El territorio donde Fusibles hace pie es el Conurbano Bonaerense y la ciudad de Buenos Aires.

Si la consigna distintiva de la cultura autogestiva es “hazlo tú mismo”, Fusibles la pone en práctica de múltiples maneras, todas ellas articuladas. Este quehacer incluye ya varios trabajos (*Hacia los árboles*, 2006; *Caja fusibles*, 2000-2008; *Fusibles*, 2009; *Metáfora*, 2014; *Caminos*, 2014; *Lo inmaterial*, 2014 y *Diagramas*, 2016). Estas producciones fueron editadas en distintos formatos: EP (extended play de cinco temas), vinilo 12”, tape cassette y cd.

* Estudiante de la Tecnicatura Universitaria en producción de medios audiovisuales (UNPAZ).



La práctica autogestiva de Fusibles se extiende hacia otras actividades ligadas a la producción musical. Prueba de ello es la edición, de manera cooperativa, de *Metáfora* en vinilo split con *ZAT*, el trabajo con sellos independientes de Argentina y Latinoamérica (es el caso de su disco último *Diagramas*), la creación misma de un sello independiente propio: *EK Records*. La autogestión también alcanza la producción de sus shows, el armado de su propio diseño artístico a través de *Della more flyers* y la permanente promoción que realiza la banda de productoras audiovisuales también autogestionadas, como *Saturno 5 audiovisual*. Frente al individualismo a ultranza, tan celebrado en estos días, Fusibles propone otra cosa: que el arte promueva la juntada, lo colectivo y la suma de esfuerzos. Otro modo, pues, de experimentar el vínculo con los otros.

A la autogestión cultural Fusibles le suma la experimentación estética. La música de la banda transita por diferentes caminos: psicodelia, trance, electrónica, rock, crudeza, dinámicas. Así queda plasmado en su última producción, *Diagramas* (2016), un EP de 5 canciones grabado a mediados del año 2015 en *Romaphonic studios* por Erick Kamatsu. El álbum puede escucharse en este link: <https://fusibles.bandcamp.com/album/fusibles-diagramas-2016>, donde también se pueden escuchar sus otras producciones.

Párrafo aparte merecen sus presentaciones en vivo, que funcionan como un rito y una cita obligada para la exploración de experiencias frescas e innovadoras. Sus recitales no se reducen a un show, sino que en ellos Fusibles produce una amplia convocatoria a través de la cual el grupo sella su alianza con otros actores del territorio. Así, en las presentaciones en vivo el público puede encontrar diferentes



artistas invitados a formar parte del rito, DJs, feria de discos, comida vegana, editoriales y revistas independientes, exposición de fotografías, productores de efectos analógicos.

De este modo, la música de la banda entretiene un vínculo muy fuerte con el territorio. No solo con el que representan los mapas. Sino, sobre todo, con el que se construye colectivamente.

El Gaucho del NO



*Leandro Gualano**
Fotos: Javier Acosta

Palabras clave: Club Social y Deportivo José C. Paz - Barrio Altube - Liga Escobarense - Reterritorialización

“Soy Gaucho y entiéndanlo/ como mi lengua lo explica/ para mí la tierra es chica/ y pudiera ser mayor/ ni la víbora me pica/ ni quema mi frente el sol”. Con estos versos, Martín Fierro se autodefinía para quien quisiera conocerlo en el ya legendario poema de José Hernández. Con esos mismos versos, podríamos describir a otro “gaucho” que nació recientemente en el Noroeste del Conurbano: el “Club Social y Deportivo José C. Paz”.

Sus socios e hinchas lo llaman “el Gaucho” apelando a una figura que, aunque polisémica, remite a la historia de la cultura popular argentina. Su actividad principal es el fútbol, aunque en un futuro inmediato será también sede de otros deportes. Acá la actividad deportiva acompaña al proyecto cultural: el de convertir a “el Gaucho” en emblema territorial.

Cuando sus socios fundaron el club, el 12 de julio de 2016, se propusieron –según nos cuenta su presidente, Gerardo Rodríguez– “representar no solo al barrio Altube, donde está situada la sede social, sino a toda una ciudad”. Como en otros casos, este club delimita un espacio en relación con

* Estudiante de la Tecnicatura en Producción de Medios Audiovisuales (UNPAZ).



otros lindantes. Sin embargo, lo que llama la atención aquí es que la aspiración de representar “a toda la ciudad” lleve a los socios en busca de algún tipo de articulación entre barrios que componen un territorio más amplio.

Tras la fundación y elección de autoridades, “el Gaucho” comenzó a participar de la Liga Escobarenses (la que corresponde según el domicilio del club). Lo que en principio era un sueño (el ascenso a la divisional A), rápidamente resultó un escenario probable: hoy el equipo de primera pelea los primeros puestos y se ubica en la cuarta colocación (faltando algunas fechas para finalizar la primera ronda, al cierre de esta edición).

El próximo objetivo es finalizar la construcción de un predio para que el equipo pueda entrenar y ejercer la localía, sobre la calle Héctor Arregui, al lado de El Fiador. Hoy en día, “el Gaucho” juega de local en la cancha de Juventud Unida. Otro proyecto en marcha es la creación de las divisiones infantiles.

Tan sorprendente como los resultados deportivos obtenidos es la amplia convocatoria que tiene el club: dos mil personas, en promedio, por partido. Un número elevadísimo teniendo en cuenta su



creación reciente y la divisional en la que juega el primer equipo. A esto hay que sumarle los más de seis mil seguidores que tiene “el Gaucho” en las redes sociales.

¿Cómo explicar este fenómeno?

Desde luego que muchas de las causas de este vertiginoso crecimiento aún deben ser exploradas. Pero lo cierto es que, para los que nacimos en José C. Paz, en las últimas décadas del siglo pasado, el club ofrece algo fuera de lo común: **la alegría de experimentar cierto sentido de pertenencia dentro de un proyecto que se abre a toda la comunidad.** Desde el club se trabaja (y mucho) para convocar al territorio y a sus gentes, con el propósito de que el aliento al equipo se convierta en una ocasión en la que cada barrio pueda lucir sus banderas, al mismo tiempo que experimentar algo del orden de “lo común”.

Si la reterritorialización es una de las formas mediante las cuales las clases populares responden a la globalización en tiempos de predominancia del capital financiero, el intento de incorporar a otros barrios, según los símbolos que los definen, podría leerse como parte de una estrategia cultural tendiente a evitar que esa reterritorialización eclosiona en fragmentos sin posibilidad de composición alguna.

Los colores de “el Gaucho” son el celeste, el azul y el blanco. Expresan los colores del sueño de un grupo de trabajadores, estudiantes, mujeres y hombres de distintas franjas etarias que habitan José C. Paz. **Hoy ese sueño está en marcha y su modo de decir “aquí me pongo a cantar, al compás de la vigüela” es alentando al equipo todas las semanas, con las banderas del barrio, para empujar la ilusión de toda una ciudad.**

Fotografía estenopeica



*Mariano Dalaison**

Palabras clave: fotografía - estenopeica - Centro Comunitario “Para Todos Todo” - Rancho Aparte - Barrio Vucetich

Tengo veintisiete años. Vivo en San Miguel, provincia de Buenos Aires. Hace cuatro años adopté la fotografía estenopeica como medio de expresión, dadas sus características singulares. Se trata de una forma no convencional de retratar la realidad, que no requiere la utilización de equipos costosos. De hecho, produzco manualmente mis cámaras con objetos reciclados, lo que implica cambiar el signo a aquello que solemos denominar “basura”, para convertirlo en una herramienta de trabajo. Los diferentes elementos empleados en el armado de las cámaras y la forma de captar las imágenes habilitan infinitas combinaciones, que se traducen en distintos modos de retratar la realidad. Esta técnica llamó tanto mi atención, que no tardé mucho hasta que me apropié de ella y procuré enseñarla a toda persona que lo deseara.

Fue así como empecé a dar talleres en varios centros comunitarios. Mi primera experiencia (en el año 2013) fue en “Lagarto Juancho”, en el Barrio Vucetich, de José C. Paz. Durante seis meses trabajamos junto a jóvenes y cada uno construyó su propia cámara. Luego dicté un taller en el Centro Comunitario “Para Todos Todo”, en el Barrio Obligado, de Bella Vista. El taller duró un año y se dividió

* Fotógrafo. Las fotografías que ilustran esta reseña le pertenecen.



Delta (Delta, 2015). Fotografía de Mariano Dalaison

en dos grupos, con niños y adolescentes de diferentes edades y sexos. Allí aprendimos a trabajar con paciencia, haciendo hincapié en los tiempos específicos que demanda la fotografía y el revelado de las imágenes.

Más adelante me acerqué a una comunidad terapéutica especializada en adicciones y salud mental. Así me vinculé con un espacio distinto de los anteriores y con otro grupo de personas. Trabajé con una población que ya había incorporado la fotografía a su vida cotidiana, aunque algunos no tenían demasiada idea de lo que era tomar una foto. Dado que aprender la técnica de la fotografía estenopecica es relativamente sencillo, pude reunir grupos de entre diez y quince participantes, hombres y mujeres en recuperación de todo tipo de adicciones y enfermedades mentales.

En el año 2014 (y durante los dos años siguientes), colaboré en un centro de día con jóvenes y adultos con discapacidades intelectuales y físicas. Primero hicimos fotografía estenopecica y, quienes concurrieron al taller, pudieron aprender a construir y usar las cámaras, a sacar fotos y a revelarlas. En el segundo año, experimentaron con cámaras digitales. Con las imágenes producidas en el taller hicimos nuestra propia muestra en el Centro Municipal de Exposiciones de la Municipalidad de San Miguel.

Una de mis últimas experiencias grupales fue en la Unidad 46 de San Martín del Servicio Penitenciario Bonaerense, donde acompañé al grupo “Rancho aparte” que realiza talleres especiales para los presos –de ambos sexos y todas las edades– que asisten al colegio del Penal. Junto con veinte personas, más los compañeros de la organización, armamos el laboratorio en un baño abandonado, sacamos fotos en el patio del SUM (“Salón de Usos Múltiples”) y obtuvimos imágenes impensadas.



Espejo (Bella Vista, 2014). Fotografía de Mariano Dalaison



Las niñas, los niños y las obras que realizaron en el taller “Para todos todo”

En una cultura para la cual la imagen tiene tanta preponderancia (al punto de convertirse en uno de los principales objetos de consumo), estas prácticas me brindaron la posibilidad de asistir a otros en la producción de sus propias representaciones. De ese modo, espero contribuir a democratizar la significación de sus mundos.

Más información: <https://www.facebook.com/Imagen.Estenopeica>

Con la intención de dilatar la mirada (y las experiencias que de ella podrían derivarse), esta sección de *Ic. Contornos del NO* cede la palabra a referentes de la producción y la crítica cultural, que piensan esas prácticas desde “afuera” del NO.

Alejandro Kaufman, Fernando Peirone, Israel Adrián Caetano, Diego Zapico y Javier Tenenbaum hacen foco en asuntos concretos que configuran un estado de situación a tomar en cuenta.

Las versiones originales de los artículos que reproducimos fueron escritas para los *Cuadernos por una Nueva Independencia*, editados por la Secretaría de Coordinación para el Pensamiento Nacional, dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación, durante el año 2015.

Todos los autores autorizaron esta nueva publicación.

La sociedad del espectáculo: sugerencias y ejemplos



Alejandro Kaufman

La espectacularización de la sociedad es correlativa de la industrialización del mundo simbólico. Producción y recepción de sentido son integrados de manera progresiva –aunque no sin conflicto ni contradicciones– a circuitos de producción y consumo de mercancías. La mercancía no se limita a la distinción de un vínculo social/económico. Que algo sea mercancía define su identidad, características, naturaleza. Un automóvil, en cuanto mercancía, no es tanto ni solamente un medio de transporte, sino un símbolo, un relevo de la subjetividad, una posesión narrativa, una referencia identitaria, un pasaje transitorio por todo ello: cambiante, efímero y obsoleto. El consumidor recorre un trayecto vital, habitado por la relación capital/trabajo y su ubicación dentro de ella, trayecto durante el cual se producen transacciones mercantiles que, lejos de limitarse al proceso de producción y consumo, definen las tramas de la experiencia vital. A la vez, el lenguaje cotidiano, político y cultural de que disponemos para hablar de todo ello en el plano de lo público no nos habilita a un registro colectivo en el que identifiquemos en forma explícita el reconocimiento de lo que acontece. El lenguaje remite a formas preindustriales de la descripción, que nos limitan a pensar en el automóvil como una herramienta, un mero medio de transporte. Desde luego que el automóvil es inescindible de las articulaciones del deseo, los discursos publicitarios, los trasplantes de órganos (dado que disponemos de órganos trasplantables en relación –entre otras variables, sin duda– con los accidentes de tránsito). Hay un circuito parcialmente susceptible de descripción: accidente vial-convocatoria mediática a la solidaridad para salvar una vida-trasplante de órganos. El trasplante de órganos tiene como premisa la ocurrencia de accidentes viales proveedores de ór-

ganos. El automóvil es un objeto de consumo –entonces– ligado a la duración misma de la vida: la prolonga, al permitirnos abreviar el tiempo necesario para ir de un punto a otro, y la reduce en una proporción menor, vinculada con el costo en vidas que insume la contracción del tiempo que produce. En otro plano del reciclado, las vidas perdidas pueden salvar otras vidas. A su vez, todas las instancias del circuito ofrecen narraciones que estructuran las agendas mediáticas y ordenan a su alrededor nuestros sentimientos.

El automóvil es cifra de la sociedad del espectáculo aunque no su matriz causal. Las formas ofrecidas por el diseño, las visiones imbricadas con la velocidad y las sensaciones reales o imaginarias vinculadas con el vértigo nos inspiran frente a la pantalla del televisor, el cine, internet y sus redes sociales e infinitos flujos de sentido. Las pantallas convergen como súper mente colectiva que nos caracteriza.

La del automóvil podría ser en apariencia una forma inusual de enfocar la sociedad del espectáculo: podríamos hablar –por ejemplo– antes aun de llegar a referirnos a los medios de comunicación y sus anexos, de las ciudades y sus arquitecturas como relevos también de la sociedad del espectáculo. El punto de referencia es finalmente el cuerpo y sus demandas libidinales, la pregunta por los esfuerzos laborales o hasta los sacrificios a que está dispuesto un ser humano para obtener una retribución en términos de bienes de consumo, cualesquiera que sean. Cuando los economistas calculan el valor de las mercancías por las horas de trabajo necesarias para adquirirlas no están solamente empleando un método de mensura, sino que nos dicen algo acerca de las disposiciones de los trabajadores por intercambiar sus esfuerzos por las respectivas retribuciones. No es solo qué poder adquisitivo tiene una hora de trabajo, sino también cuántas horas de trabajo estamos dispuestos a invertir en un consumo dado.

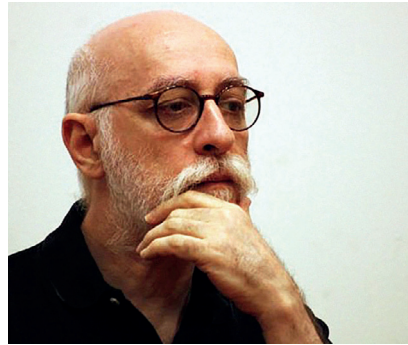
Una revisión radical de la relación capital/trabajo desde el punto de vista de una crítica política del capitalismo va a requerir tarde o temprano discutir la índole misma de los bienes de consumo y las mercancías, algo cada vez más difícil siquiera de imaginar, en la medida en que nos constituyen como una segunda naturaleza. En tanto los colectivos sociales no asuman masivamente el cuestionamiento de la índole misma de las mercancías, antes que limitarse al debate sobre su distribución o regulación, la iniciativa seguirá perteneciendo al campo hegemónico.

¿Importa abordar automóviles y hasta ciudades en un breve texto sobre la sociedad del espectáculo como el presente? Ciudades y automóviles forman un sistema a través de sus relaciones recíprocas. Las tramas espectaculares de las sociedades contemporáneas incorporan todo aquello que atraviese los afanes y expectativas humanos a sus redes de producción e intercambio. Suponer que los medios de comunicación son todavía el relevo de la libertad de expresión y la referencia de la vida cultural y política corre cada vez más el riesgo de presentarse como una ingenuidad. La estructuración de los tiempos y los diseños mercantiles de la información y el conjunto de los contenidos simbólicos nos acunan en embriagadores arrullos que nos hacen olvidar el pasado y el presente, el orden de lo real y el vínculo social, nos resitúan en localizaciones ajenas al sujeto político cultural que aún nos imaginamos que somos, y requieren miradas radicales y descentradas para develar sus implicaciones. Lo que antes

que nada no habría que olvidar es que en debates como estos son los oprimidos y explotados, los trabajadores ocupados o desocupados, expertos o legos, aquellos que obtendrán ganancia si incorporan a las agendas políticas, sindicales y culturales los interrogantes que necesitamos plantearnos sobre un mundo económico político, tan real como simbólico, cuya creciente complejidad requiere redoblar los esfuerzos por imaginar e impulsar luchas contraculturales.

BIO

ALEJANDRO KAUFMAN



Profesor de la UBA y la UNQ. Fue profesor visitante en Bielefeld (Alemania), en San Diego (Estados Unidos), en la Universidad de Arte y Ciencias Sociales (Chile) y en la École des Hautes Études en Sciences Sociales (Francia). En 2012 publicó *La pregunta por lo acontecido. Ensayos de anamnesis en la Argentina del presente* (Ed. La Cebra).

Garantizar el acceso igualitario a la exhibición es democratizar la producción audiovisual



Israel Adrián Caetano

El último paso empieza al dar el primero. La distancia recorrida entre un espacio artístico subsidiado por el Estado y su distribución debería ser la más corta, el camino más lógico y breve. El Estado, al subsidiar, intenta no discriminar –en función de su más honesto sentir democrático– y sería interesante poder debatirlo, en tanto discriminar es individualizar el análisis y no aplicar reglas masivas que no son necesariamente igualitarias.

Hoy la producción se ha masificado, pero no aún democratizado. La democratización requiere de principios cívicos y sociales, para terminar en hechos culturales, que incluyan la participación de todos los estratos de la sociedad. Incluso de aquellos que acceden como espectadores frente al hecho artístico. Al momento de concretar el hecho cultural, que es cuando un artista logra exponer su obra a la sociedad, el hecho democrático no se materializa. La cuestión del acceso a la obra no es considerada a la hora de pensar la distribución igualitaria de la cultura. La distribución, en el caso de la abundante producción cinematográfica que tiene lugar actualmente en nuestro país, no tiene una política consecuente con la del apoyo masivo y generalizado a la producción. Allí el Estado se rinde ante el monopolio extranjero en las principales salas de distribución de cine y pantallas alternativas (piratas y no piratas) que responden al capital foráneo. En esa instancia todo se diluye. Suele decirse, de modo falaz, que se hacen gran cantidad de películas pero se estrenan muchas menos, o que las que se estrenan se acompañan con un pobre lanzamiento. Quienes señalan la escasa repercusión en la taquilla para criticar la política de subsidios, lo hacen sumergidos en la lógica de la sociedad de consumo. Para

estos críticos seriales de las políticas públicas, es válido sostener el “por algo será” para referirse a las falencias en la distribución, suponiendo falta de calidad en las obras o sospechas de corrupción en el mecanismo de asignación de fondos. Lamentablemente nunca logró erradicarse esa lógica cipaya y extranjerizada.

En realidad, lo que explica especialmente esta situación es que el Estado no propicia el espacio democrático para que las obras que él mismo ayuda a producir tengan la difusión correspondiente. Para que el proceso completo sea realmente democrático, también tendría que propiciar igualdad de oportunidades en el acceso a la exhibición y circulación en las diversas pantallas.

En ese sentido, el cine argentino logró un acuerdo con las salas de cine, que finalmente resulta muy pobre: la cuota de pantalla. Las condiciones del mismo son tan amplias que los monopolios extranjeros han encontrado la forma de cumplir esa premisa sin que su negocio se vea afectado. En ningún momento han intentado desarrollar una estrategia de mercado que les permita que las películas argentinas sean atractivas como una fuente genuina de recaudación. Para ellos son solamente películas que están obligados a exhibir en una sala, por lo que lo hacen en horarios incomprensibles y en una sola función. Si la película no logra vender las entradas requeridas por la “media” establecida para la sala, inmediatamente se la baja de cartel.

Hay oportunidades, miles, que otorga el Estado subsidiando la creación, pero ninguna real preocupación para que el cine nacional ocupe un espacio de llegada al público en igualdad de condiciones ante la peor película extranjera. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no solo protege el derecho de expresión individual y la igualdad para acceder a los medios. Tutela esencialmente el derecho del pueblo a informarse con acceso a medios y fuentes diversas. En el caso de la exhibición cinematográfica, el acceso del público al cine argentino está limitado y no existen políticas consistentes para evitar la concentración en las pantallas.

Ante una película argentina exitosa, se computan las semanas en cartel de la misma como si con ella se cumpliera la totalidad de la cuota de pantalla. De modo que con un puñado de películas exitosas en el año, las salas cumplen su obligación de exhibición de cine argentino, dejando fuera del circuito comercial un centenar de obras que podrían ser exhibidas. Si tienen que completar algunas semanas, lo hacen con películas que convienen según acuerdos de distribución que las propias empresas extranjeras tienen con algunos productores. Obviamente el cine nacional independiente desaparece de esas pantallas masivas. El monopolio sobre las salas no se ve afectado en absoluto. El acuerdo es endeble. No es que no se cumple, se cumple porque es endeble.

La construcción, compra o expropiación de una sala por complejo cinematográfico serían opciones, radicalmente diferentes una de otra, para que el cambio tibio de la cuota de pantalla deje de estancar el progreso del cine argentino.

Es conocida la existencia de los espacios INCAA y la reapertura de muchas salas. Pero los productores están destinados al fracaso con la recaudación que de allí se obtiene.

Quisiera dar un ejemplo: existe la actitud caritativa de llevar la ópera a lugares donde la ópera no llega. El discurso es perverso porque está planteado al revés: hay que lograr que quien no pueda concurrir a la ópera pueda hacerlo. La ópera se ve en el teatro, ahí radica su origen y su encanto.

Podría también citar otro del extranjero: el cine B en los EE.UU. no refiere únicamente a los medios de producción escasos, sino también a las salas B de cine. El mercado de exhibición contaba con un segmento más adinerado con un precio alto y salas de cine clase B con entradas más económicas. El espectador descubrió entonces no solo a ese cine como opción económica, sino también como opción cinematográfica. Todo el cine estadounidense de hoy se nutre de realizadores influidos por ese cine antes condenado. Ese cine es actualmente el pilar de la industria cinematográfica de ese país, un cine con identidad pétrea más allá de las diferencias ideológicas que pueda sostener con los discursos impuestos por el imperio.

En nuestro país, como en todos, el espectador concurre a las salas más como un hábito que por la programación. Así florecieron los cines de barrio. Lo que ocurrió es que durante los años noventa, con la desaparición de salas en las ciudades, los pueblos y los barrios, las multipantallas monopolizaron la exhibición cinematográfica. De modo que son los cines en los centros comerciales, básicamente, los que se apropiaron de ese hábito. Hasta que el espectador no sea asiduo concurrente a los escasos y poco estratégicos espacios INCAA, hay que ocupar pantallas en los lugares donde el cine ocurre hoy, que son las salas de los monopolios.

El cine debe verse en el cine, con el mismo sonido que cualquier película extranjera, en igualdad de condiciones. Si bien el futuro de los espacios INCAA es promisorio y realmente democrático, el monopolio no se ve afectado y sigue reservándose la mayor recaudación posible pagando un nimio porcentaje por dicha presencia conquistadora. El espectador tiene que tener una opción para ver el cine argentino –todo el cine argentino– donde se sitúan las salas que dominan el mercado, no solo en espacios marginales.

Se necesita un apoyo real, una acción conjunta entre supervisar las cuotas de pantalla, exigir mejores horarios, para que un éxito argentino no merme al cine de menor presupuesto que se realiza en el país, un impuesto mayor que el irrisorio que pagan hoy día, y una difusión para los lanzamientos proporcional al aporte que ha hecho el INCAA para asistir a la producción.

Asegurar la exhibición de lo que se produce, alentando lo promisorio, es fundamental para generar un campo emergente de artistas y profesionales como base formadora a futuro.

BIO

ISRAEL ADRIÁN CAETANO



Director de cine y TV. Dirigió *Pizza, birra y faso* (junto a Bruno Stagnaro), *Bolivia, Un oso rojo*, *Crónica de una fuga*, *Francia, Mala* y *NK: el documental*. En 2017, estrenó *El otro hermano*. En TV fue el realizador de las miniseries *Tumberos*, *Disputas*, *Lo que el tiempo nos dejó* y *El marginal*, entre las más destacadas.

En el umbral del porvenir. Algunos dilemas nacionales en la Sociedad del Conocimiento¹



Fernando Peirone

La consolidación de la llamada Sociedad del Conocimiento, a esta altura, nos reclama trascender el anecdotario sobre sus efectos disruptivos para pensarnos en relación a un mundo con características diferentes. Debatir interna y regionalmente este posicionamiento es uno de los principales desafíos que afrontamos en el presente. Sobre todo si tenemos en cuenta que se trata de una mutación que está en su etapa inicial, con efectos que abarcan desde el sistema productivo hasta el modelo institucional, pasando por las prácticas políticas, la dinámica del campo social y los procesos de subjetivación. En este contexto, los países que tengan mejores reflejos –sin negar, por supuesto, la insoslayable gravitación de los factores históricos, geopolíticos y macroeconómicos– contarán con una importante ventaja comparativa. No solo por el sentido de la oportunidad, sino por el valor estratégico que estas discusiones tendrán en la reconfiguración cultural.

La idea de este trabajo es distinguir algunos de los dilemas que se nos presentan en el umbral del porvenir.

¹ Versión ampliada del trabajo homónimo publicado en *Cuadernos por una Nueva Independencia*, Ministerio de Cultura de la Nación, marzo de 2015.

Cisma

La literatura de la que disponemos se vuelve inhábil para pensar un cisma cultural como el que atravesamos, donde dos cosmovisiones se disputan la lógica del sentido y, concatenadamente, se rediseña un nuevo diagrama de poder.² La lectura de lo social se resiente frente a un molde cognitivo global, agentes difusos y la emergencia de una *episteme* que trastoca los códigos fundamentales de la cultura dominante. Estas dificultades interpretativas, tanto como la sensación de extrañamiento que acusan las ciencias sociales frente a “un objeto que habla” con un lenguaje errático, están directamente relacionadas con el agotamiento de las narrativas que durante más de diez generaciones versionaron el mundo, ofreciendo: 1) un relato convincente de la naturaleza humana, 2) una ontología que fundamentó el derrotero capitalista y 3) una estructuralidad que proporcionó organización social, comercial y política.³ En este interregno, mientras se generan las condiciones de posibilidad para un nuevo orden social y las posiciones jerarquizadas se revalidan con final abierto, surgen oportunidades de diálogo y reacomodamientos que no abundan en los períodos en los que impera el statu quo. Veamos qué relación tiene esto con nuestro país y si podemos ejemplificarlo.

Un reordenamiento de esta envergadura, como no puede ser de otra manera, mantiene una correspondencia analógica con las transformaciones que se producen en la matriz productiva. En este caso, las que se generan con el pasaje del paradigma industrial al paradigma informacional.⁴ Se trata, sin embargo, de un poliedro global bastante más complejo que una reconversión productiva. Digo esto porque, por un lado, no deberíamos soslayar que en esta travesía el capitalismo se enfrenta a sus propias aporías (también con final abierto): vulnerabilidad de las posiciones consolidadas, desnacionalización del sistema productivo, fuertes transformaciones en el tablero mundial, transferencia masiva de las riquezas públicas a manos privadas, desfase entre la altísima concentración de la riqueza mundial y la actividad económica, financiarización extrema del capital, crecimiento desestabilizador del “procomún colaborativo”,⁵ etc. Y por otro, porque estas tensiones ocurren mientras la auto-comunicación de masas, posibilitada por las tecnologías interactivas, introduce en escena un actor colectivo –difuso pero efectivo– que genera nuevas condiciones sociales, agudiza la crisis institucional e interpela la

2 En *Mundo extenso. Ensayo sobre la mutación política global* (2012) hice un análisis de la pugna entre estas dos cosmovisiones que se disputan la hegemonía cultural del siglo XXI. Una instituida y dominante, con el monopolio de la fuerza, pero en *default*; la otra emergente, rizomática y desestabilizadora, pero aún sin programa ni representación institucional.

3 Se podría trazar una relación entre la disfuncionalidad que tuvieron las narrativas seculares para seguir proveyendo sentido y el modo en que hoy, las dos terceras partes de la población mundial, se definen en términos religiosos. Pues, como dice Reza Aslan, “cuando un factor identitario comienza a retroceder, otro emerge”, y entre todos los factores que hacen a la identidad de una persona –cultura, nacionalidad, género, orientación sexual, religión–, se tiende a enfatizar cada vez más el factor religioso” (*Revista Ñ*, 594, febrero de 2015). Pero también sería bueno sumar al análisis, la índole del sentido que identifica al otro tercio de la población mundial, pues sin que sea homogéneo ni fácilmente reconocible, se podría presumir que guarda alguna relación con las narrativas difusas, las nuevas prácticas sociales y la cosmovisión emergente.

4 Es bueno aclarar que el paradigma informacional, o el capitalismo cognitivo, no son sinónimos de la Sociedad de la Información ni de la Sociedad del Conocimiento, solo una de sus muchas derivaciones.

5 Teoría económica que presupone que con el avance del “internet de las cosas” y las impresoras 3D proliferarán los productos con “coste marginal cero”. Esto, por ejemplo, para Jeremy Rifkin, posibilitaría que millones de *prosumidores* de todo el mundo produzcan y compartan productos, energía renovable y una variedad cada vez mayor de servicios con un coste marginal cercano a cero.

gobernanza de las democracias instrumentales subordinadas al capitalismo financiero global (aunque también interpela a los gobiernos de China y Medio Oriente).

Como se puede advertir, es un escenario complejo, de continuidades y discontinuidades, de fuerzas emergentes y fuerzas en retroceso, de trampas y oportunidades, que dificulta cualquier posicionamiento basado en experiencias previas. Sin embargo, en esta trama global, la fortificación de los lazos regionales es un camino con pocas contraindicaciones. Primero, porque estamos en condiciones de asumirnos como un polo de innovación y desarrollo con valor agregado en el marco del nuevo paradigma productivo. Segundo, porque ninguna innovación en los modelos productivos, incluida la revolución industrial, se ha llevado a cabo sin el aporte de científicos e industriales de otros países que potencien el desarrollo, la difusión y las demandas.⁶ Y tercero, porque de aquí en más, como un signo de la época, ya no habrá avances considerables que no sean transnacionales, dialógicos, interdisciplinarios, interconectados, y colaborativos, bajo una morfología dinámica y reticular; tal como ocurre –por citar sólo algunos casos relevantes– con Wikipedia; el acelerador de partículas;⁷ Apache (el software colaborativo de código abierto más utilizado del mundo para proveer internet);⁸ el Proyecto Genoma Humano; o los estudios sobre genética de población llevados a cabo por más de 120 científicos de 35 países.⁹

Dicho esto, las posibilidades de desarrollo nacional y regional que tenemos en el marco de una economía informacional, marcada por la competitividad en la producción de conocimiento y la capacidad para procesar eficazmente la información, no son menores.¹⁰ Desde la vuelta de las democracias, con altibajos y oposiciones, la región ha logrado una continuidad en la gestión institucional de ciencia y tecnología. Resta avanzar en políticas informacionales programáticas para hacerle frente a lo que vivimos y se avecina.¹¹ Resta, también, lograr una suma virtuosa de: a) los recursos consolidados que aún generan valor y movilidad social, b) la reproducción fusionada de bienes materiales y simbólicos, c) los emprendimientos y las economías colaborativas, d) el empoderamiento de los desarrolladores independientes, e) la generación de conocimiento legitimador, y e) las redes de intercambio y cooperación. Es nuestra posibilidad de capitalizar el aprendizaje institucional conseguido en ese trayecto y de agregar riquezas distintivas a las cadenas de valor de la sociedad pos-industrial. Por lo cual se vuelve

6 Ver el contexto social y la dinámica de los cambios tecnológicos en Castells (2006: 77-87).

7 También conocido como “La Máquina de Dios” o “El gran Colisionador de Hadrones” (LHC). Para un mayor detalle, ver CERN, Laboratorio Europeo de Física de Partículas Elementales, recuperado de <http://www.csic.es>.

8 Ver Shirky (2012: 131).

9 Ver Nature (2014). Recuperado de <http://www.nature.com/nature/journal/v513/n7518/full/nature13673.html>

10 Ver Artopoulos (2014).

11 Ver el notable trabajo de Alejandro Artopoulos (2014). También hay fundadas expectativas en el libro, *Desarrollo, innovación y multiculturalismo en América Latina* (de próxima aparición en la editorial de la Universidad Nacional de San Martín), ya que por los avances que en distintas oportunidades he tenido la oportunidad de conversar con Fernando Calderón, director de la investigación, sabemos que el trabajo ofrece posibilidades de pensar regionalmente el informacionalismo, sin dejar de tener en cuenta la inclusión social, el impacto ambiental y los conflictos en relaciones de poder. Como así también del libro *Reconceptualización del desarrollo en la era global de la información* publicado por Fondo de Cultura Económica, una compilación de Manuel Castells y Pekka Himanen en el que realizan un análisis comparativo de seis modelos de desarrollo en la Era de la Información y en distintos lugares del mundo: Silicon Valley, Costa Rica, Chile, Sudáfrica, Finlandia, Europa y China.

substantial el modo en que, con la participación activa del Estado, podamos recombinar innovación, creatividad, recursos humanos y capital. Esto es, generar sinergia entre la capacidad emprendedora, el conocimiento científico (universidades) y el capital de riesgo (privado y estatal). Pero también rescatar y fortalecer aquellos aspectos que hemos podido incrementar de un modo irregular y –en cierto modo– silvestre: redes sociales, espíritu emprendedor independiente, ductilidad empresaria, fecundidad universitaria. Solo profundizando esta trabajosa línea cultural podremos participar activamente en el reordenamiento de un tablero donde todas las piezas tienen que volver a revalidar sus dotes y donde, como decíamos al comienzo, se abren posibilidades para nuevos actores.

Transiciones

Repensar los modelos de desarrollo y crecimiento trae aparejado nuevas encrucijadas. Las que surjan, por ejemplo, cuando se evalúe en qué medida y en qué términos sostener el modelo industrial. Porque aun cuando se considere que resulta estratégico acompañar esta transición y aun cuando reconozcamos las deficiencias del esquema industrial argentino, no se puede dejar de tener en cuenta que en la última década el fomento de la vocación industrialista fue un pilar importante que permitió fortalecer el mercado interno, diversificar ingresos, generar inclusión y ampliar el alcance de la movilidad social. Una reconversión productiva deberá, pues, planificar una transferencia responsable para evitar catástrofes sociales como la que hoy vive Detroit (EEUU)¹² o la que vivió Sheffield (Inglaterra)¹³ tras la crisis de la siderurgia. Asimismo, deberá contemplar y administrar las tensiones que surjan con los grupos económicos que escudados en la vigencia del modelo tradicional –y provisto de recursos económicos, poder de lobby y amparo normativo, aunque también de arraigados discursos costumbristas– se resistirán a innovar y a poner en riesgo sus privilegios. Necesitan, sin embargo, insertarse exitosamente en este proceso para no ser fagocitados por el nuevo modelo productivo. Paso que ya se está dando en el sector agropecuario con la Agricultura de Precisión.¹⁴ Esto nos obliga a generar puntos de encuentro y entendimiento, ya que más pronto que tarde la producción agropecuaria va a necesitar incorporar el *Big Data* (procesamiento de grandes volúmenes de información) para combinar información georreferenciada de los monitores de rinde con los costos asociados y así crear mapas de márgenes económicos.¹⁵ Y sus aliados estratégicos naturales deberían ser el Estado y las universidades, antes que los prestadores externos.

12 La decadencia y el abandono que sufre la ciudad de Detroit es un ejemplo flagrante de lo que sucede si el pasaje no es planificado y se deja la suerte común librada a la practicidad y la indolencia del mercado.

13 La degradación de esta ciudad, afectada por la llamada “reconversión industrial” fue muy bien representada por el director Peter Cattaneo en el film *The Full Monty* (1997).

14 Concepto agronómico basado en la *variabilidad en campo* que utiliza GPS, sensores, satélites e imágenes aéreas junto con Sistemas de Información Geográfica (SIG) para estimar, evaluar y entender estas variaciones con el fin de optimizar los rendimientos por parcela.

15 La fundación Sadosky es una de las instituciones que más trabaja la articulación entre el sistema científico-tecnológico, la estructura productiva y las TIC. Ver la 1º Hackatón de Agro-Datos que realizaron el 25 octubre 2014. Recuperado de <http://www.fundacionsadosky.org.ar/agrodatos/>

Este es solo un vuelo rasante por algunas de las muchas variables que la Sociedad del Conocimiento pone en juego con el modelo productivo, pero también es una muestra de las discusiones y consideraciones que se desagregan en el interior de los campos. Pues, así como el ámbito económico deberá repensar cuáles son los beneficios de una matematización excluyente y abrirse a réplicas que lo mundanicen; del mismo modo, el campo jurídico tendrá que afrontar el vacío legal que hay alrededor de muchas prácticas que ya han sido incorporadas a la dinámica social, generando debates para un derecho positivo menos desfasado.

El campo académico, por su parte, y para ingresar en un terreno más afín, tiene sus propias encrucijadas. La misión universitaria, tanto como la oferta curricular y la formación profesional, están siendo interpeladas en la misma medida que se consolida el paradigma informacional. No solo por el retraso epistemológico y conceptual respecto del actual proceso cognitivo, sino porque estamos generando competencias para una sociedad que ha dejado de existir y que solamente persiste como ilusión, producto de la potente inercia cultural moderna. Ya en 2000, Fernando Flores y John Gray, inspirados en *La corrosión del carácter* de Richard Sennett, hablaban de la corrosión de las instituciones educativas y del ocaso de las carreras, ya que “la división social del trabajo en profesiones y carreras pertenece a una fase de desarrollo tecnológico anterior”.¹⁶ Del mismo modo, Jacques Rancière y Néstor García Canclini coinciden en criticar una educación que se obstina en sostener un currículum profesionalizante vinculada al mercado, sin reparar en la obsolescencia de su matriz conceptual, en el surgimiento de nuevos campos y en el reordenamiento de saberes.

Consideremos, además, que este desajuste ocurre al mismo tiempo que se agiliza la aplicación de la “inteligencia colectiva” y se multiplican los entornos informales de aprendizaje. Esta sociabilidad, desarrollada al margen de los espacios educativos tradicionales, ha comenzado a producir saberes –a esta altura– fundamentales para la interacción con el nuevo mundo. Saberes que si fueran incorporados a la vida institucional y a la oferta académica –como están siendo incorporados al mercado laboral, por ejemplo, los *curadores de contenidos*¹⁷ y los *community managers*¹⁸– podrían proporcionar ventajas invaluableles en no pocos dominios. El sistema universitario argentino, es bueno decirlo, lo advierte, no mira para otro lado. Este artículo, sin ir más lejos, es un emergente de fecundas discusiones con colegas y numerosos debates en diferentes *neolabs* que organizaron universidades argentinas. Pero la dificultad persiste estructuralmente.

El sector sindical, por su parte, tal vez deba participar más activamente de los debates contemporáneos como el que, entre muchos otros, presentan Thomas Piketty sobre la concentración de la riqueza, Jeremy Rifkin sobre la disminución del costo marginal que enfrenta la lógica capitalista o Erik Brynjolfsson y Andrew McAfee sobre la segunda era de las máquinas y su incidencia en el mundo del trabajo.

16 (Flores y Gray, 2000).

17 El curador de contenidos es quien se ocupa de buscar, seleccionar, evaluar, adaptar, orientar, y compartir contenidos de terceros con fines acordados. Sus competencias las adquiere de manera informal en comunidades de prácticas, es demandado en el mercado laboral, pero no forma parte de la oferta académica de grado.

18 Actores que tienen presencia en la red en forma de comunidades online y que se dedican a moderar la gestión y la interacción de los usuarios. Ver el impecable y oportuno trabajo de Carlos de Angelis (2013).

La *info-comunicación* y el capitalismo cognitivo, por ejemplo, están produciendo alteraciones en las posiciones laborales que ameritan un mayor debate interno y una reorientación del actor sindical que surgió con el industrialismo y hoy no logra resignificarse en relación a las modalidades productivas del informacionalismo. En este sentido, Paula Abal Medina, nos recuerda que los lugares de trabajo son espacios vivos que están en condiciones de informar sobre el modo en que se construye fuerza trabajadora en la nueva fase del capitalismo. De allí la necesidad de que se habiliten canales de diálogo con estas experiencias, porque son la base de un saber a partir del cual se pueden generar insumos para una renovación teórica, para una actualización de la estrategia política del sector y para la evaluación de nuevas formas de organización sindical.

Final

Por último, para cerrar quisiera señalar que así como existe una concomitancia entre el paradigma industrial y el iluminismo, del mismo modo el paradigma informacional mantiene relación –para algunos más cómplice, para otros más antagonica– con cierta emergencia intelectual. Una subversión simbólica que pasó de representar líneas de fuga y fenómenos más o menos aislados, que se explicaban como excepciones sin proyección, a catalizar una gramática social cada vez más extendida y asimilada. En un comienzo, las condiciones de posibilidad de esta operatoria se circunscribían a las nuevas tecnologías. En una segunda etapa, en la medida que se masificaba su accesibilidad, instrumentalizó las tecnologías interactivas para construir consensos al margen de los dispositivos de control. Pero con el tiempo, fue trascendiendo los entornos interactivos sin renunciar a su lógica rizomática. Hoy, esta dinámica devino en un modo de habitar el mundo real-virtual en el que convergen dos dimensiones interseccionadas. Una social, provista de percepciones y apreciaciones heterodoxas que permiten emitir juicios, discriminar comportamientos, conquistar objetivos y legitimar posiciones de poder sobre la base de valores consensuados y resignificaciones múltiples. Y una subjetiva, que ha reformulado el carácter de las expectativas, los deseos, las representaciones y las motivaciones personales.

En la base de este constructo se encuentra lo que, según entiendo, nos permite confirmar el ingreso a una nueva época. Una combinación de saberes tácitos, experiencias sociales y habilidades cognitivas que componen la *episteme* de una etapa cultural diferente. Por lo cual, y en función de todo lo dicho, no podremos insertarnos en un proceso plural como el que aquí se pone a la vista, si como país no comenzamos a interactuar con los códigos de la cultura emergente,¹⁹ si no renovamos nuestra relación con la nueva díada saber-poder que articula el campo social. Esto es, si no rehacemos las preguntas y desandamos los estilos tradicionales de indagación; si no renovamos las narrativas con que intentamos abordar y figurar(nos) la organización del mundo emergente; si no abrimos el sistema educativo a esta cosmovisión alrededor de la cual ha comenzado a estructurarse el orden social.

¹⁹ Esto incluye los que rigen el lenguaje, los esquemas perceptivos, los intercambios, las técnicas, los valores, las prácticas y las aproximaciones teóricas que explican el nuevo orden.

El tránsito por estos y otros desafíos complementarios forman parte de una conversión que tarde o temprano todos los países deberán realizar, independientemente de su voluntad de cambio. El ritmo, la habilidad reconfiguradora y la socialización con que se lleve a cabo será la combinación que defina los costos del pasaje y el posicionamiento que logren en el nuevo escenario internacional.

Para seguir leyendo

- Abal Medina, P. (2014). *Ser sólo un número más. Trabajadores jóvenes, grandes empresas y activismos sindicales en la Argentina actual*. Buenos Aires: Biblos.
- (2015). Potenciar la organización gremial requiere imaginar nuevas institucionalidades populares. Agencia Paco Urondo. Recuperado de <http://www.agenciapacourondo.com.ar/sindicales/potenciar-la-organizacion-gremial-requiere-imaginar-nuevas-institucionalidades-populares>
- Artopoulos, A. (junio de 2014). El medioevo informacional: gatopardismo educativo en la era de la información. En *Austral Comunicación*, 3(1). Recuperado de <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/103>
- (diciembre de 2014). De Sadosky a Nasdaq: 30 años de instituciones de las tecnologías de la información y la comunicación en Argentina. En Centro de Tecnología y Sociedad, Documento de trabajo N° 16, Universidad de San Andrés. Recuperado de http://www.udes.edu.ar/files/AdmTecySociedad/DT16_Artopoulos.pdf
- Berardi, F. (2007). *La generación post-alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Calderón, F. y Szmukler, A. (enero-marzo de 2014). Los jóvenes en Chile, México y Brasil: “disculpe las molestias, estamos cambiando el país”. En *Revista Vanguardia*, Dossier n° 50.
- Castells, M. (2006). *La era de la información, economía, sociedad y cultura. Vol. I: La sociedad red*. Madrid: Siglo XXI.
- Castells, M. y Himanen, P. (2014). *Reconceptualizing Development in the Global Information Age*. Oxford: OUP.
- De Ángelis, C. (mayo de 2013). Community Managers: Tecnologías informacionales y trabajo inmaterial. En *Revista Ciencias Sociales* (83). Recuperado de <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/SOCIALES-83-interior.pdf>
- Flores, F. y Gray, J. (junio de 2000). El Espíritu Emprendedor y la Vida Wired: El Trabajo en el Ocaso de las Carreras. En *Nexos*. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=9697>
- García Canclini, N. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Madrid: Ariel.
- González, H. (16 de septiembre de 2011). Tecnología y lengua nacional. *Página/12*. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-176900-2011-09-16.html>
- Peirone, F. (2014). El giro copernicano de los jóvenes actuales. Desafíos filosóficos y pedagógicos de una cosmovisión emergente. (Conferencia). *XVII Jornadas de la Sociedad Argentina de Profesores de Filosofía*.

- Universidad Nacional de San Martín. Recuperado de <https://unsam.academia.edu/FernandoPeirone>
- (2012). *Mundo extenso. Ensayo sobre la mutación política global*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Polanyi, K. (1947). *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Buenos Aires: Claridad.
- Reich, R. (1993). *El trabajo de las naciones. Hacia el capitalismo del Siglo XXI*. Buenos Aires: Vergara.
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero. El internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Buenos Aires: Paidós.
- Rojas, E. (1999). *El saber obrero y la innovación en la empresa. Las competencias y las calificaciones laborales*. Montevideo: Cinterfor-OIT.
- Rubinzal, D. (11 de enero de 2015). Repensar el estructuralismo. *Página12*, Suplemento Cash. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/47-8221-2002-01-31.html>
- Shirky, C. (2012). *Excedente cognitivo. Creatividad y generosidad en la era conectada*. Barcelona: Deusto.
- Vercellone, C. (2011). *Capitalismo cognitivo. Renta, saber y valor en la época posfordista*. Buenos Aires: Prometeo.
- Vercellone, C. et al. (2000). *La Universidad en conflicto. Capturas y fugas en el mercado global del saber*, Madrid: Traficantes de sueños.

BIO

FERNANDO PEIRONE



Docente e Investigador de la UNPAZ y la UNSAM. Fundador de la Facultad Libre de Rosario. Director de la Serie “Pensamiento y Educación” de la Editorial de la Universidad Nacional de Villa María. Director del Programa de Saber Juvenil Aplicado (UNSAM). Coordinador de las Tecnicaturas Informacionales de la UNPAZ y del equipo de investigación sobre “Profesiones invisibles”. Autor, entre otros libros, de *Mundo extenso. Ensayo sobre la mutación política global*. Junto a otros autores: *La educación alterada. Aproximaciones a la escuela del Siglo XXI*; *Platón en el callejón*; *Los griegos en disputa*.

El mapa de la industria en torno al lenguaje musical



Javier Tenenbaum y Diego Zapico

Los formidables cambios sociales y políticos que venían sucediéndose desde el siglo XVII en Inglaterra, cuando la industrialización se hizo evidente en los métodos de producción, comenzaron a expresarse también en el terreno artístico a fines del XIX.

En este contexto, la música no solo no fue ajena al proceso de tecnificación creciente en las sociedades industriales, sino que se vio afectada por estos progresos tecnológicos; al punto de constituirse en una de las piedras fundacionales de lo que luego se llamaría “industria cultural”. Su lenguaje directo e instantáneo reflejó, de una manera masiva, aun antes que el cine (recordemos que el fonógrafo fue patentado por Edison en 1877, mientras que el cinematógrafo de los hermanos Lumière llegó en 1895), distintas y variadas identidades, emociones, paisajes, sentimientos, idearios políticos y, sobre todo, una profunda sensibilidad interpretativa que será inseparable de toda la cultura popular.

No es casual que las primeras películas sonoras que registra la historia del cine, en su mayoría, hayan sido films musicales. Basta con mencionar a *The Jazz Singer*, film estadounidense de 1927, considerada como precursora en la asociación de sonido e imagen o, en nuestro país, a *Tango*, estrenada en 1933.

Como en estos incipientes escenarios de la industria que acabamos de mencionar, una vez más los adelantos tecnológicos están provocando movimientos económicos y una nueva situación generadora de cambios sociales que afectan a los procesos culturales. Tanto es así que puede observarse un desplazamiento de los ejes del negocio de la cultura y el entretenimiento. No es extraño que sea la música popular la que mejor refleja estas circunstancias.

La música como lenguaje, ya convertida en industria, nos presentará las diversas historias que atraviesan a los propios textos de los autores, a los paisajes sonoros de las melodías y a las armonías que hilvanan los compositores. Pero también, al mismo tiempo y desde otro plano, nos hablará sobre contextos historiográficos precisos; sobre la confluencia de diversas tradiciones; sobre el surgimiento de nuevas identidades y, por qué no, de situaciones específicas respecto de las circunstancias políticas, en un contexto determinado. Es decir que en su *lenguaje estético* (y en la conformación de este en términos de influencias, tendencias o modas) hay una convergencia de distintas lecturas, más allá de la musical propiamente dicha.

En este sentido nuestro país presenta una enorme riqueza para el análisis. Desde el ángulo estrictamente artístico, ningún sumario de la música del siglo XX que se defina como global y profundo podría omitir nombres como los de Alberto Ginastera, Astor Piazzolla, Atahualpa Yupanqui, Mercedes Sosa o Carlos Gardel; solo por mencionar algunos. Si bien todos forman parte de la cultura musical argentina –y son enormemente talentosos– es mucho lo que podemos decir sobre las corrientes estéticas que encarnan.

Es aquí donde podemos pensar en escuelas, tradiciones y rupturas, en los contextos regionales de un país muy diverso, geográfica y culturalmente. Aquí aparecen, además, los espacios en los que estas realidades se encuentran, enriqueciéndose unas a otras: la frontera entre lo académico y lo popular, la conformación del nacionalismo musical argentino, lo rural y lo urbano, en el ámbito de la música popular, la influencia europea, la tradición criolla y la presencia en nuestras músicas regionales de una enorme diversidad cultural de los pueblos originarios.

Quizás sin la misma visibilidad internacional, pero con una enorme importancia en el contexto musical latinoamericano, podemos citar también dos grandes movimientos culturales argentinos. El que fuera denominado *Movimiento del Nuevo Cancionero* y la construcción de una nueva cancionística urbana, que se dio en llamar a nivel del mercado como *Rock Nacional*. Es interesante estudiar la contextualización político-cultural de ambas expresiones y cuáles son los derivados de esa influencia en la actualidad. Por otra parte: ¿qué podemos decir sobre el *Folclore*, o respecto de lo que Raúl Carnota siempre prefirió llamar “*Música Criolla Argentina*”? ¿Y sobre el *Rock Argentino*? Nuevamente estamos preguntándonos, en todos los casos, sobre cuestiones relativas a la identidad, las tradiciones y las rupturas.

Baile y cultura popular

A la hora de establecer un análisis sobre la música popular es común escindir su relación con el baile: creemos que esto es un gran error. Los “discursos” de la música popular que están vivos son narrados también –y quizás primero– a través del baile. Existen numerosos ejemplos de esta afirmación en nuestra historia musical. Uno de ellos es la cultura de los populares bailes de Carnaval en todo el país, donde solían converger distintos estilos; como la orquesta típica de tango, la de jazz o los grupos folclóricos.

Podemos preguntar aquí, y como disparador de ideas: ¿qué es lo que está pasando con el baile popular a nivel nacional?; ¿cuáles son las realidades en las distintas regiones del país?; ¿cuáles son las distintas lecturas sobre el baile del chamamé en el NEA argentino?; ¿qué importancia siguen teniendo los carnavales, desde su concepción ritual, en la zona del NOA? ¿Y la zamba? ¿Y la chacarera? ¿Qué podemos decir del tango? Si bien ahora evocativo y estático: ¿existen las milongas más allá de Buenos Aires?

Tecnología, mercado y difusión

La irrupción de internet como sujeto nuevo dentro de la lógica del mercado ha abierto posibilidades impensadas a ciertos contenidos culturales en general, y musicales en particular, en lo que se refiere a la accesibilidad de los mismos.

De igual modo que citamos a la música grabada como uno de los instantes fundantes de las industrias culturales del siglo XX, la revolución tecnológica en el tercer milenio, respecto de ciertos nuevos paradigmas en el acceso a los contenidos, también tiene a la música como actor protagonista del sector.

Nuevamente son los primeros contenidos que se empiezan a compartir en formatos comprimidos, poniendo en jaque el esquema tradicional de distribución y, a su vez, es esta industria la que inaugura la posibilidad de pensar los primeros formatos —o sistemas posibles de circulación— dentro de mínimos esquemas de rentabilidad que garanticen su supervivencia y reproducción.

Ahora, este original esquema de accesibilidad, ¿qué nuevos desafíos nos plantea?, ¿es real la horizontalidad de acceso que, en apariencia, parece mostrar? Finalmente: ¿cuál es el nuevo esquema de concentración en este entorno y quiénes son los actores que recientemente se incorporan a él? ¿Es una herramienta posible para la democratización en el acceso a los contenidos musicales? ¿Qué lectura podemos hacer, en este contexto, del corte entre cultura hegemónica dominante y contrahegemónica?

Para concluir, el entorno de subjetividad cultural en el que se forman los gustos y tendencias contemporáneas está centrado en los medios masivos de comunicación. Es preciso desentrañar la realidad actual en el campo de la música; también demandar la diversidad necesaria que estos medios deberían contemplar, dentro de los contenidos a difundir, según la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Teniendo en cuenta estos aspectos, cabe preguntarnos: ¿cuáles son los espacios posibles de visibilidad para las expresiones regionales?, ¿qué rol pueden cumplir las políticas públicas (nacionales, provinciales, municipales) para garantizar esta presencia?

De este modo abrimos la posibilidad a diversos interrogantes para comenzar a esbozar algunas respuestas que nos permitan consolidar, clarificar y enriquecer el actual panorama de nuestra industria musical.

BIO

DIEGO ZAPICO



Productor musical, fundador y director del sello independiente Acqua Records. Desde el año 1992 trabaja en la industria discográfica. Dentro de ese campo fue productor artístico y ejecutivo de los álbumes, entre otros: *Las tardecitas de Minton's* (Adrián Iaies), *Música de dos mundos* (Paquito D'Rivera y Aldo Antognazzi), *Fin de siglo* (Raúl Carnotta), *Yo vengo de otro siglo* (Alejandro del Prado), *Reina Noche* (Alfredo Tape Rubín). A su vez, como director del sello ha editado y coordinado trabajos con/de Rita Cortese, Lidia Borda, Cuarteto Cedrón, Anacrusa, Mavi Díaz, Silvina Garré, Nito Mestre, Martirio, Patxi Andión, Cecilia Todd, De Boca en Boca, Aymama, Aquelarre, Franco Luciani, Alberto Favero, Horacio Molina, Chavela Vargas, La Chicana, entre otros.

El álbum *Duets* (de Carlos Franzetti & Eddie Gómez) ganó el Grammy al mejor Álbum Instrumental (2007).

Desde el año 2009 integra la Comisión Directiva de CAPIF (Cámara Argentina de Productores de la Industria Fonográfica).

Ha sido jurado de proyectos musicales en diversas instancias (Espacio Santafesino, Jujuy Suena, Fondo Argentino de Desarrollo Cultural, Mercado de las Industrias Culturales Argentinas, MICSUR).

BIO

JAVIER TENENBAUM



Productor musical, fundador y director del sello independiente Los Años Luz que tiene en su catálogo al dúo Lerner-Moguilevsky, a Fernando Samalea, Axel Krygier, Kevin Johansen, Liliana Felipe, Lisandro Aristimuño, Santiago Vázquez, Carmen Baliero, Lucas Martí, Los Núñez y Ramón Ayala, entre muchos más.

Con el subsello Punto Uy edita a los músicos uruguayos Trío Fattoruso, Gustavo “Príncipe” Pena, Martín Buscaglia, Dani Umpi y Mariana Lucía.

Se inició en la industria musical en 1983, en la productora Nuevo Canto. Allí fue parte de la producción de recitales y giras de Alfredo Zitarrosa, Daniel Viglietti, Osvaldo Pugliese, Soledad Bravo y otros. Fue productor musical del programa de TV *Canal K* y de ciclos radiales, entre ellos, *La Panadería* (junto a Alberto Muñoz, RNA 1999/2000) y *La Escoba* (junto a Liliana Daunes y Carlos Groisman, radio Splendid 1986/1987 y radio Municipal 1990/1991).

Fue socio y disquero de la disquería El Atril (una de las “cuevas” de culto en el centro porteño) y luego del local de discos en la mítica Librería Gandhi.

Ha sido asesor en la Secretaría de Coordinación Estratégica para el Pensamiento Nacional (Ministerio de Cultura de la Nación) para la que realizó importantes trabajos de rescate musical, como el libro-disco del músico boliviano Felipe Rivera, junto al sociólogo Radek Sánchez Patzy, o el poema épico de Ramón Ayala: “Las trincheras ardientes del Paraguay”.

Fue miembro titular de la Comisión Directiva de CAPIF (Cámara Argentina de Productores de la Industria Fonográfica).