

# **Imaginarios en torno a la cultura en la sociedad argentina postneoliberal. Entre la globalización y la resistencia cultural.**

Ana Wortman.

Cita:

Ana Wortman (2004). *Imaginarios en torno a la cultura en la sociedad argentina postneoliberal. Entre la globalización y la resistencia cultural*. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-045/568>

*Imaginarios en torno a la cultura en la sociedad argentina postneoliberal. Entre la globalización y la resistencia cultural*

Ana Wortman

[aewortman@speedy.com.ar](mailto:aewortman@speedy.com.ar)

El propósito de esta ponencia consiste en plantear la relación entre tres imaginarios diferentes de las clases medias urbanas a partir de consumos culturales emergentes en tres momentos históricos relevantes a nivel nacional y de modelo de organización societal: el consumo de cine como práctica de la sociedad de masas, el consumo de la TV cable, como emergente de la sociedad de consumo y por último, la emergencia de proyectos culturales de nuevo tipo, como formas de la crisis de la sociedad de consumo. A través de estas articulaciones nos interesa reflexionar en torno a las transformaciones que ha experimentado el vínculo de las clases medias con los bienes artísticos-culturales en el contexto de la crisis social que atraviesa la sociedad argentina hace prácticamente tres décadas y como cada una de estas prácticas da cuenta de diversos imaginarios sociales, políticos y culturales. Como es sabido y se ha analizado en el campo de las ciencias sociales, la crisis social argentina ha sido y continúa siendo de una radicalidad que ha afectado todas las esferas de la vida humana. En nuestro caso atendemos a la emergencia de nuevas significaciones de lo cultural y artístico en el marco de las transformaciones del lazo social y de las pautas de acción social de las clases medias como una búsqueda de nuevo tipo de fracciones de las clases medias en un nuevo contexto histórico nacional e internacional.

En un contexto plagado de múltiples contradicciones, debe pensarse el éxito de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los argentinos como una manifestación de la importancia que tiene para la sociedad en su conjunto la vinculación con la

sociedad global. Es allí donde interviene la concentración económica y su impacto en la corporación del entretenimiento. A la vez, en forma paralela se evidencia la emergencia creciente de instancias organizativas de espacios culturales y de la configuración de nuevos públicos en los cuales se intenta la experimentación, la búsqueda de nuevos lenguajes, lo cual estaría dando cuenta de la constitución de un nuevo campo cultural con nuevos productores, nuevos difusores y la constitución de nuevos públicos etc.

Por eso consideramos fundamental -para entender la cuestión de los consumos culturales en la Argentina actual- indagar en esta tensión.

### **El cine, la conformación de un público de masas**

Nuestro interés por el cine se funda en la relevancia que este ha tenido en nuestra sociedad tanto en el plano de la producción - Argentina ha desarrollado una importante industria cinematográfica casi en forma paralela con el inicio del cine<sup>1</sup> como en el plano de la distribución - proyección de películas de diversas partes del mundo de excelente calidad, creación de cineclubes, etc y fundamentalmente, en el plano del consumo, ya que tempranamente proliferaron gran cantidad de salas cinematográficas distribuidas en toda la ciudad, dando lugar a la constitución de públicos masivos y diversificados de cine.

En la primera mitad del siglo XX primero el teatro, y luego el cine constituyeron los consumos culturales en el espacio público más difundidos del conjunto de la ciudad de Buenos Aires. También es importante señalar que la literatura ha tenido una temprana difusión en nuestra sociedad. Beatriz Sarlo (1983,1989) ha estudiado este

---

<sup>1</sup>Maria Virginia Ameztoy ha trabajado sobre este tema en "Cine argentino, un continuo regreso de exilios" en Wortman, Ana (comp) *Políticas y espacios culturales en la Argentina*. 1997.

fenómeno, en particular en relación a la producción de una literatura para los sectores medios y populares en las primeras décadas del siglo XX, constituidos por las primeras generaciones de argentinos<sup>2</sup>. También es importante destacar el bajo costo de las ofertas culturales, en este caso de los libros, y de los buenos sueldos de los maestros, figura emblemática de una sociedad que progresaba.<sup>3</sup>

Por otra parte, en el plano de la salida para una familia de clase media, ir al cine constituía parte de un circuito obligado como bien lo señala Feijóo (1991). La Argentina fue una sociedad que aspiraba a la integración a lo largo del siglo XX, hasta la década del setenta aproximadamente, probablemente como mito a partir de la conformación de un imaginario de clase media para el conjunto de la sociedad. Asimismo, la constitución de una ciudadanía temprana, esto es la adquisición de derechos en torno a la participación política y social, ha incluido históricamente el acceso al consumo cultural democrático. A diferencia de lo que ha ocurrido en otras sociedades latinoamericanas de corte social más dual, el acceso al consumo cultural estuvo extendido casi al conjunto de la sociedad muy tempranamente (obviamente estamos hablando de la sociedad urbana, y próxima a la llamada pampa gringa), pero aún así teniendo en cuenta la desigualdad en la distribución y difusión de la cultura en un país centralmente organizado, la fuerte presencia de la educación pública en el conjunto del país coloca a lo cultural como un valor deseable y alcanzable para todos. (Wortman, 1996).

En esta perspectiva podemos comprender la investigación de Mazziotti y Terrero,

---

<sup>2</sup> Esta literatura se adquiría en los kioscos y podía leerse en los tranvías

<sup>3</sup> Me parece importante señalar que esta relación se ha invertido duramente en nuestra sociedad, ya que los consumos culturales en la Argentina son tan caros como los del Primer Mundo, con sueldos, como los de los maestros por ejemplo, muy deteriorados hace más de dos décadas.

(1983)<sup>4</sup> la cual hace referencia al desarrollo del cine como industria cultural durante la década del 30. En esos años, el cine crece rápidamente y se afianza como industria capaz de ganar mercados internacionales y de dejar amplios dividendos, que serían invertidos en nuevas producciones. “Así, se pasa a producir 13 películas en 1935, 15 en 1936, 28 en 1937, 40 en 1938, 50 en 1939, 49 en 1940, 47 en 1941 y 57 en 1941. Aludiendo al importante desarrollo cultural de la Argentina en las primeras décadas del siglo, se afirma que en 1933, con 11 millones de habitantes el país posee 2.161 cines. Siendo el país hispanoparlante que cuenta con mayor cantidad de salas de exhibición en relación con el número de habitantes, mientras que en 1937 existían 27 empresas productoras. Todo ello fue viable gracias a la capacidad de directores, productores, fotógrafos, escenógrafos, iluminadores, además de los actores y guionistas, y por supuesto a la existencia de un público que adhirió masivamente a la nueva industria (Mazziotti y Terrero, ob cit: 58). La fuerte recesión económica experimentada en los años ochenta en América Latina, la cual tuvo un singular impacto en nuestro país, la caída del poder adquisitivo de los sectores medios y populares, obligó al cierre de salas y condicionó la oferta de productos, privilegiando sólo aquéllos que atendían a las demandas de los sectores sociales de nivel medio y alto. Previamente se debe señalar el impacto de la embestida de la derecha en la pujante cultura argentina, a través de la persecución de actores y directores de cine, como fue la Triple AAA en el año 1974, obligándolos al exilio ante la amenaza de muerte. El cine comenzó a perder el carácter históricamente popular que tuvo a lo largo del siglo y se orientó gradualmente hacia públicos más reducidos, con un poder adquisitivo superior y también con

---

<sup>4</sup> Mazziotti, Nora y Terrero, Patricia "Migraciones internas y recomposición de la cultura popular urbana (1935-1950)", *Beca CLACSO*, Buenos Aires, 1983.

características ideológicas y culturales distintas de los espectadores tradicionales. Sin embargo, este proceso no se debe solo a crisis económicas nacionales, responde a otros factores de orden económico, social y cultural de carácter estructural. En la Argentina, como en muchos otros países del mundo, las salas de cine y la concurrencia a las mismas han experimentando un sostenido descenso hasta mediados de los noventa. De 1800 salas que el país registraba en 1970, quedaban apenas 1.000 en 1980 y menos de 500 a finales de esa misma década. Es necesario destacar para no caer en generalizaciones sin base empírica como la tendencia de las sociedades occidentales a la reclusión en el espacio privado, que en la Argentina este proceso estuvo provocado de manera fuerte por el impacto de la última dictadura militar, fenómeno que incidió en las prácticas sociales y culturales de los argentinos. De todos modos nuestro caso nacional puede compararse a los análisis que hizo García Canclini en *Consumidores y ciudadanos*, aludiendo tanto a la conformación de una ciudad que se desurbaniza -el caso de México es emblemático en ese sentido dado el crecimiento exponencial que tuvo en el término de 50 años- como y en forma paralela, a la emergencia de nuevas prácticas en relación a la cultura (la expansión de los medios de comunicación, en particular de la TV cable y el alquiler de *videocassettes*) las cuales regeneran el lazo social debilitado por la gran ciudad, incidiendo en el uso del tiempo libre y en las formas de entretenimiento de los trabajadores de grandes ciudades. Lo paradójico es que casi en forma paralela con la emergencia de un nuevo *ethos* occidental cuya manifestación visible es la reclusión de los sujetos en el universo de lo privado, el predominio de la cultura de la imagen, nuevos modos de acercamiento a la cultura a raíz de la presencia creciente de las nuevas tecnologías de la información, así como

la llamada crisis de los grandes relatos<sup>5</sup>, en la Argentina comienzan a ponerse en evidencia las consecuencias de diversas políticas económicas que generaron una transformación radical de la división de clases, generándose una crisis y/o resignificación de mitos fundantes de la identidad social<sup>6</sup>. ¿qué lugar ocupa la cultura en la conformación de una identidad social de nuevo tipo? se puede hablar de una identidad social más globalizada y menos nacional a partir de la presencia fuerte de las industrias culturales? Sin embargo, podemos apreciar que la dimensión nacional no explica por sí sola el cambio cultural que significa la desaparición de un público masivo del cine. Yvone Tasker (1998: 329) en “Aproximación al nuevo Hollywood” señala que la crisis del cine de posguerra - en términos de público y diversificación de películas en EEUU- fue consecuencia de la aparición, la consolidación y el impacto de la televisión como competidora del cine durante los años cincuenta. La autora incluye también una serie de desarrollos vinculados a este proceso que forman parte de la evolución de una cultura doméstica orientada al ocio, incluyendo el *boom* del bricolaje, el desarrollo de otras tecnologías y pasatiempos domésticos y el significativo desplazamiento de la población de los centros urbanos a las áreas suburbanas<sup>7</sup>. En las versiones más sensatas del impacto de la televisión, la respuesta del cine fue el lanzamiento de productos espectaculares como el cinerama, las películas en 3D, las pantallas panorámicas, tratando de

---

<sup>5</sup>.....Es por todos nosotros conocida la vasta bibliografía sobre la nueva sensibilidad posmoderna. Un texto muy significativo de este debate es a mi criterio el de Jameson, Frederic "*La lógica cultural del capitalismo tardío*", del cual hay distintas versiones y ediciones.

<sup>6</sup> Una creencia fundamental en la sociedad argentina, hoy en vías de transformación ha sido el valor de la educación pública, como vía de ascenso social, en el largo plazo. En ese contexto, un modelo social valorado para los sectores medios ha sido el formar personas amantes de la cultura.

ofrecer placeres que no podían encontrarse en las pantallas en blanco y negro de los televisores. También Williams hace referencia al impacto de la televisión en la transformación del vínculo de la gente con el hábito de ir al cine. El cine tuvo que competir fuertemente con la televisión.

*La Televisión argentina en los noventa, emblemática de la transformación cultural*

Durante la “década del noventa”, la televisión ocupó un lugar dominante en la vida cotidiana de los argentinos tanto en el seguimiento de temas de actualidad como en la confiabilidad que generaba. La sociedad estuvo sentada frente a la pantalla muchas más horas que décadas anteriores. Si hasta ese momento la televisión era gratuita, a pesar de su carácter comercial, en esos años los argentinos comenzaron a pagar por la televisión, como también por la educación y la salud<sup>8</sup>

La vida social y cultural en la Argentina se privatizó y se convirtió en consumo.

Gracias al desarrollo tecnológico la llegada de la TV por cable permitió, junto al control remoto una nueva conducta social, el *zapping*. Etc. Este acontecimiento permitió que los argentinos pudiéramos mirar el mundo por la televisión en un contexto en el que viajar era posible. Esta nueva acción social dominante en la vida cotidiana -mirar la televisión- se sostuvo sobre un conjunto de procesos sociales que empujaron a la sociedad argentina a redimensionar el espacio privado. Asimismo la

---

<sup>7</sup>Proceso que como decíamos más arriba se está produciendo en forma acelerada en Buenos Aires en el término de una década.

<sup>8</sup> Segun *Private Advisor*, febrero de 1999. La Argentina es el país de América Latina con mayor penetración de la TV por cable, A esa fecha era de 54.5%, le sigue Uruguay con el 42, 4%, y luego Chile con el 22, 6%. Con relación al mundo, Argentina ocupa el cuarto lugar. El primero es EE.UU. con 64,8 millones de hogares, le sigue Alemania con 18 millones, luego Canadá con 8 millones, y luego Argentina, con 5 millones (fuente Mercado del Cable, agosto, 1999, *Anuario Clarín, 2000-2001*). Sin embargo, luego de tener un crecimiento muy pronunciado en el primer lustro de los años noventa, se ha estancando por diversas razones: la crisis económica de los sectores medios y la competencia con la TV satelital *Anuario Clarín, 1999-2000*.

renovación tecnológica, no sólo posibilitó su expansión a través del cable sino que generó una imagen más actual tanto desde lo que difundía como desde lo que se creaba. El modelo de estabilidad-convertibilidad construido por el gobierno de Menem configuró un nuevo país en términos representacionales, y cotidianos, ya que ante la desaparición de utopías en el horizonte social, se instaló el discurso ficticio de logros sociales, a partir de la realización individual. La vida cotidiana de los argentinos se constituyó en torno al placer individual estimulado a través de lo que Bauman denomina y que -la Argentina absorbió plenamente- la estética del consumo. Desde la televisión, así como también en el modo como se fue configurando la vida urbana se impulsó un estilo de vida fundado en la satisfacción consumista, mientras se destruía el aparato productivo y en consecuencia miles de puestos de trabajo. La instalación de la sociedad de consumo como hecho material y simbólico puso un velo sobre el creciente proceso de empobrecimiento del conjunto de la sociedad e inhibió la construcción de imaginarios colectivos y de la búsqueda de metas sociales. En este universo se puede entender el gusto que despertó en el conjunto de la sociedad el mirar la televisión, acceder a mundos otrora exclusivos a las clases dominantes. Ahora las clases dominantes se mostraban en la televisión y determinaban que era "fashion" y que no, tampoco existía más la división burguesa entre lo público y lo privado (Feijóo, 2001). La dominación de este nuevo capitalismo financiero se funda en el consumo conspicuo y en la admiración de la riqueza del otro como valor dominante en la vida de los individuos. Accedimos al consumo a través de la pantalla del televisor y si este televisor era más sofisticado todo se hacía más real y más imposible al mismo tiempo. Asimismo, al interior de la televisión, como decíamos, fueron surgiendo nuevas figuras y conductores que inteligentemente aprovecharon estas nuevas posibilidades

tecnológicas y crearon nuevos géneros televisivos, debilitando géneros clásicos como los programas humorísticos, las telenovelas. Otros géneros de hibridación cultural fueron dominando la pantalla televisiva, en el rubro programas de entretenimiento o programas periodísticos, pero –como marca de época- de tono humorístico (Landi, 1992, Arizaga, 1997). La seriedad y la tristeza se constituyeron como algo del pasado en el nuevo imaginario cultural televisivo. También cambió el noticiero y desaparecieron casi por completo los programas de periodismo político. En efecto, el noticiero también fue atravesado por el cedazo de la hibridación y dejó de ser el escenario de construcción de las noticias políticas, su universo fue más variado y se incorporó el uso seductor de la imagen, la música y la *voz en off* para dar cuenta de las más diversas realidades. He sostenido en trabajos anteriores como en el marco de una profunda despolitización de la sociedad argentina se introdujo en la televisión argentina concentrada un espacio de representación de diversas subculturas juveniles, aún presentes y *aggiornadas*, (Wortman, 1996) Hasta esos años, la televisión se había convertido en una transmisora privilegiada de los valores que la transformación menemista había sabido imponer a gran parte de la sociedad. La televisión sintetizaba y difundía la metáfora fundante de la década del noventa: “farándula y política”. Estos dos términos se entremezclaban mutuamente y simbolizaban los valores hegemónicos de nuestra sociedad. Por aquellos años, los medios de comunicación se acoplaban sin demoras a los cambios estructurales de la economía. La privatización y la concentración mediática se instalaban en el horizonte social argentino, e impulsaban, con gran potencia, la era *massmediatizada*, provocando una transformación importante en las representaciones y en las prácticas de esta sociedad. Los consumos de televisión aumentaban al son de la politización de la vida privada y la privatización de la vida

política. Varios programas ponían en escena a los políticos en su vida privada y sexual, a Menem bailando, haciendo chistes o jugando al golf. Las pocas críticas que se hicieron a este nuevo estilo político se plasmaron en unos videos que difundió la *Revista Noticias* titulado *Las patas de la mentira* en el cual a través de los discursos fallidos de políticos y funcionarios se pretendía dar cuenta del nivel de expoliación y corrupción existente en el Estado y la Sociedad argentina. Este silencio revelaba, por un lado el vaciamiento de un discurso de izquierda y transformador y por otro la hegemonía menemista. La realidad ocurría en la televisión, todo se convirtió en un gran escenario televisivo y en ese contexto surgieron los programas que hablan de la televisión. Hasta 1996, la televisión no hizo más que hablar de sí misma, como una exaltación de un país que se iba empobreciendo, pero legitimado en un discurso de ficción para sus clases medias y altas, aquellas que el modelo económico no hacía más que favorecer. Aún era inimaginable lo que vendría años más tarde, o lo que se haría visible. ¿Por qué no era visible para el conjunto de la sociedad, que la Argentina estaba atravesando una larga y profunda crisis terminal?, ¿de qué manera se construyó un imaginario de posibilidades y accesos al llamado Primer Mundo?, ¿en que vacío de sentido anclaron estas representaciones de consumo, que impulsó a vivir pendientes de los dólares, y pensarse distintos al resto de los países limítrofes? Se vio mucha riqueza por la televisión (Ewen, 1988).

La televisión -como señalan los sociólogos británicos (Morley, 1996, Silverstone, 1997) en relación a la sociedad inglesa *thatcherista*- se constituyó en un escenario de la sociedad de consumo, tanto desde la llamada "farandulización" de la política, acercamiento de la farándula al poder, como también en la farandulización de la cultura. Escenarios de consumo urbano, legitimación de la diferencia en los estilos

de vida, viajes, programas *magazine*, publicidad de consumo conspicuo, alusión a urbanizaciones cerradas, autos importados, diseños importados, ropas importadas todo eso estuvo en la pantalla. En la Argentina se constituyó un escenario simbólico de promoción de lo importado, de juguetes, como del acceso a las nuevas tecnologías, facilidades para los viajes al exterior, en el marco de la destrucción del patrimonio nacional, del patrimonio histórico, de las empresas nacionales. Lo que se llamó reforma y modernización del Estado, fue en realidad, debilitamiento y reducción del Estado en un país que creció mucho, para pocos y para el resto produjo unos de los índices de desempleo más alto de América Latina en un tiempo veloz. La televisión fue el escenario del consumo, mientras se consumía televisión. El difundido aviso “Llame ya”, espacio de publicidad de productos importados que ocupaba largos minutos de la pantalla televisiva tanto abierta como de cable, constituyó un emblema de ir alcanzando desde el objeto más inútil de la vida cotidiana, típico de un estilo de vida americano hasta aquel más suntuoso, donde se escenificaba los beneficios y los cambios en la vida de las personas a partir de la obtención del objeto indicado. Por un tiempo, se impuso como modelo cultural el consumo conspicuo, y todos creyeron que allí radicaba el sentido de la vida. Como desarrollamos en otros trabajos, el apogeo de la televisión, fue paralelo a la decadencia y destrucción del Estado y a todo lo que el Estado hizo posible en términos de accesos igualitarios. Asimismo, la crisis cultural del discurso progresista se extendió a la universidad, las revistas culturales comenzaron a decaer (Wortman, 1996<sup>a</sup>), los intelectuales en general quedaron pedaleando en el vacío luego de haber adherido al discurso alfonsinista de la transición a la democracia. Sólo se manifestaron focos de resistencia de una palabra otra en el teatro, en el ensayo, en la literatura, el cine

argentino desapareció entonces. Ante el debilitamiento del Estado, muchos intelectuales fueron reubicados en la nueva regulación social y política de los organismos internacionales identificándose plenamente con nuevas racionalidades. Cuando el llamado modelo económico instalado por el ministro de economía, Cavallo -con el apoyo del menemismo y continuación del inaugurado con la última dictadura militar comenzó a fisurarse- comenzaron a aparecer algunas voces políticas de crítica, las que promovieron primero la conformación del Frepaso, y luego la Alianza, coalición que llevó al poder a Fernando de la Rúa y Carlos "Chacho" Alvarez en 1999. En esos años, comenzaron a florecer nuevas formas de acción política y de protesta, y los medios no fueron ajenos al crecimiento de episodios de protesta y violencia social que se fueron desparramando por el conjunto del país. La televisión, en la lógica de no perder audiencia, lentamente fue incorporando la política, no en el formato tradicional de programas políticos, sino incorporando los políticos y las alusiones sobre la política, en los géneros existentes en la televisión. Así un conductor de un programa de entretenimientos, de tono barrial, y difundido por todo América Latina, como Marcelo Tinelli se politizó y Mario Pergolini -conductor de un programa televisivo de tono juvenil, cínico- inventó un nuevo programa televisivo *Caiga quien caiga*, donde el objeto de ironía fueron los políticos, tomados como sujetos irracionales y corruptos (Wortman, 1998).

Ya desde el año 2000, y en el marco de una hiperrecesión, proceso que afectó también el funcionamiento de los medios, aparecieron en la televisión abierta diversos programas periodísticos, estilo que fue *in crescendo* a lo largo del 2002 al calor de la crisis social y política que atraviesa el país.

*La Argentina post menemista, la emergencia de nuevos públicos: la clase media va*

*al paraíso*

Pasado algún tiempo del impacto que nos produjeron los acontecimientos del 2001, surge el interrogante, si es allí que terminaron los noventa? ¿Que persiste de aquellos años y que surge, que es lo nuevo y que es lo emergente, siguiendo a Williams? Aquí se nos plantea la tensión esbozada en el planteo de nuestra presentación, si bien perduran y se reorganizan una y otra vez los procesos concentracionarios de la cultura y el entretenimiento, paralelamente nuevas formas, nuevas figuras, nuevos formatos y representaciones comienzan a delinear los imaginarios astillados de las clases medias después del diluvio. Se podría decir que ya antes de los acontecimientos de diciembre del 2001, en el plano cultural comienzan a visualizarse búsquedas artísticas y crisis del primado televisivo menemista. Teatro, cine, comienza a producir un discurso y una temática acorde con las nuevas percepciones de una sociedad herida y dualizada.

Mirada desencantada sobre la sociedad argentina. Espacios derruidos, ex lugares, como fábricas, trenes abandonados, casas ocupadas, etc En aquello donde la Argentina supo ser, otrora mitos prometeicos y prometedores, emergen proyectos culturales de los más variados. También en espacios surgidos de la crisis del 2001 como las Asambleas, se constituyen en ámbitos generadores de proyectos culturales. Es la famosa sociedad civil, la que descrea del Estado como suele hacer mención de manera optimista cierto discurso neoliberal difundido por las agencias de financiación, o es ya desde la resignación y la supervivencia de quien sabe que esta solo y no puede esperar nada el fundamento de estas nuevas iniciativas culturales, que significa la cultura para estos nuevos proyectos? Por que es desde la cultura y no desde la política, que algunas fracciones de las clases medias eligen

proyectar sus imaginarios, aspiraciones y o fracasos?

Se pueden observar la emergencia de diversas culturas residuales vinculadas a proyectos culturales con intencionalidad política, o ideológica o al menos de intervención en lo social. Como fue dicho en diversos análisis culturales escritos en la post dictadura, en los años setenta el campo cultural estuvo sobredeterminado por la política, afirmación que se hizo despectivamente por las dificultades de asumir la necesidad de constituir un campo en un sentido autónomo. Con la llegada del alfonsinismo, la cultura se convierte en el centro de acción política, a través de diversos planes culturales con el propósito de rehabilitar a la cultura, y a su significación histórica en la sociedad argentina. Fracasado el alfonsinismo y en el marco del avasallamiento del modelo neoliberal, comenzaron a realizarse sendas investigaciones que intentaban rescatar algunos proyectos de intervención artística en lo social, tanto desde las artes plásticas como del cine (Longoni, Mestman). A pesar de la intencionalidad de generar acciones culturales, el alfonsinismo no pudo formular políticas culturales, en general también, como señalaba Landi, los actores de la cultura desconfiaban de la intervención del Estado. Así a lo largo de los noventa, en un marco de desvalorización de la acción cultural pública, sobre lo que hemos dado cuenta en otros trabajos (Wortman, 1997), se fueron constituyendo pequeños espacios de acción cultural los cuales parecen imbricarse con formas de acción cultural desarrolladas a principios del siglo XX por el socialismo y el anarquismo, sojuzgadas durante el peronismo y la represión de una sociedad que ascendía socialmente, a la vez que crecientemente antiizquierdista, principalmente en las zonas urbanas. Para la izquierda argentina de los albores del siglo XX, la acción cultural asumía un tono pedagógico y moral y era previa a la acción política. Los socialistas consideraban necesario elevar el nivel cultural de los trabajadores

sumidos en la explotación y la ignorancia, para generar formas de organización y participación política. También hay acción cultural desde el Partido Comunista, pero este estaba determinado por su carácter centralista, a la vez que celular y estaba orientado exclusivamente a generar una conciencia revolucionaria y cuestionar las formas de la política burguesa. En las acciones culturales actuales, la cultura no constituiría un momento previo, sino un lenguaje político en si mismo, al descreerse del discurso político clásico. Por otra parte, la diferencia con esas formas parece fundarse en cierta conciencia de globalización en las formas de acción y gestión cultural de los proyectos. En diversas organizaciones sociales, culturales, colectivos de artistas, se manifiesta un vasto conocimiento de organismos no gubernamentales y de acciones culturales similares en otros lugares, en otros espacios. Es como si se hubiera constituido un saber que circula a través de Internet y otras formas de intercambio social que superan el ámbito local y nacional. Así como parece estar resurgiendo propuestas con cierta preocupación social, o por lo menos se descrea del arte que casi exclusivamente se proponía trabajar sobre las formas, sin embargo, se manifiestan diferencias en la articulación con lo social. En el contexto general de despolitización de la sociedad producida históricamente por la creciente intervención militar en la sociedad, la crueldad de las ultimas dictaduras militares y el impacto del neoliberalismo, es sabido que la política y fundamentalmente los políticos argentinos están profundamente subvaluados en el imaginario colectivo, sin embargo, al menos en algunos sectores sociales y en este caso artísticos se evidencia cierta sentimiento de indignación frente al crecimiento de la desigualdad social, sentimiento que se plasma estéticamente y no políticamente en el sentido tradicional. De allí que en general, estos nuevos actores culturales, construidos subjetivamente con una etica distinta, esencialmente

posmoderna, no les interesa vincularse con un cierto arte político, al estilo de los setenta y se identifican más con un arte llamado social. Se manifiestan nuevas búsquedas, nuevas formas de organización frente a la concentración económica del mercado cultural, lo cual no significa colocarse fuera del mercado. Podríamos arriesgar que en estas formas de acción cultural de las clases medias se visualizan formas residuales, en el sentido de Williams, que si bien se inspiran en el pasado asumen significados disruptivos en el contexto actual sobre los que habrá que indagar, en una sociedad desquiciada por el consumismo, la despolitización, la ruptura de los lazos sociales.

### **Bibliografía general consultada**

Barrancos, Dora 1996 *La escena iluminada*. Editorial Plus Ultra, Buenos Aires

Feijóo, María del Carmen (2001) *Nuevo país, nueva pobreza*. FCE, Buenos Aires

García Canclini, Néstor (1996) *Consumidores y ciudadanos*. Editorial Gedisa, Buenos Aires

Landi, Oscar, (1992) *Devórame otra vez*. Editorial Planeta. Buenos Aires

Mazziotti, Nora y Terrero, Patricia “Migraciones internas y recomposición de la cultura popular urbana (1935-1950)”, *Beca CLACSO*, Buenos Aires, 1983.

Morley, David y Valerie Walkerdine (1998) *Estudios de la cultura y la comunicación*. Editorial Paidós, Buenos Aires

Sarlo, Beatriz (1983) *El imperio de los sentimientos*. Catálogos editorial, Buenos Aires.

Williams, Raymond (1996) *Políticas de la modernidad*. Editorial Manantiales. Buenos Aires

Wortman, Ana (1996) “Repensando las políticas culturales de la transición” en *Sociedad*, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales, núm 9, Buenos Aires.

Wortman, Ana (1997) *Políticas y espacios culturales. Continuidades y rupturas en una década de democracia*. Eudeba, Buenos Aires.

Wortman, Ana (1997) “Nuevos significados de la palabra cultura en la sociedad argentina del ajuste “ *en Revista de Ciencias Sociales. Universidad Nacional del Litoral*. Santa Fe.

Wortman, Ana (1997) “Nuevamente los programas juveniles, zapping y política” *Revista La Marea*, Buenos Aires

Wortman, Ana (2003) *Pensar las clases medias*. Editorial La Crujia, Buenos Aires