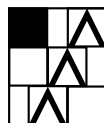


CINÉFILOS

y

CINEFILIAS

**Lauren Jullier
Jean-Marc Leveratto**



la marca
editora

CINÉFILOS

y

CINEFILIAS

BIBLIOTECA DE LA MIRADA

dirigida por Guido Indij

NOTA DE ENVÍO

La biblioteca de la mirada surge en 1995 con la intención de agrupar aquellos textos que pasan por el escritorio de **la marca editora**, y que, a pesar de pertenecer a diversos géneros discursivos —paper, ensayo, arte, crítica, pop, antología, teórica, fotográfica, manifiesto, revista, etcétera— pueden ser ordenados en una misma categoría: son capaces de hacernos reflexionar sobre nuestro lugar como lectores.

Esta colección se propone informar con el fin primordial de formar en el lector un mirada activa, no inocente, un ojo capacitado para abordar analíticamente la compleja trama generada por la cultura.

LIBRO-OJO (Λιβρο Οξο)

Si existe un común denominador para los libros que integran esta biblioteca, resultará inútil buscarlo en el formato, o en los criterios de diseño, o de color de tapa... Éstos no refieren necesariamente (al menos no en forma directa) a los medios, pero son herramientas escenciales para el desarrollo de una reflexión crítica y de la supervivencia en la sociedad del espectáculo, en una sociedad de la información.

Su objetivo es político, en tanto apunta a reponer protagonismo en el rol del receptor y procuran señalar —de las más diversas maneras— los mecanismos de la percepción.

Listado © 1995-2010

CINÉFILOS

y

CINEFILIAS

**Laurent Jullier
Jean-Marc Leveratto**



la marca
editora

Título original *Cinéphiles et cinéphilies*
Edición original Armand Colin
Título en español *Cinéfilos y cinefilias*
Traducción al español Víctor Goldstein

Colección Biblioteca de la mirada
Director de colección Guido Indij

Coordinación editorial Mariel Mambretti
Corrección Luz Azcona y Vanina Escales
Maquetación Hugo Pérez
Tapa Mariel Mambretti

Editorial **la marca editora**
Oficina Pasaje Rivarola 115 (1015) Buenos Aires, Argentina
Fax (54-11) 4 383-5152
Tel (54-11) 4 383-6262
E-mail lme@lamarcaeditora.com
W³ www.lamarcaeditora.com

Imprenta Altuna impresores
Taller Doblas 1968 Ciudad de Buenos Aires

ISBN 978-950-889-235-5
Fecha de impresión Octubre de 2012
Lugar de impresión Buenos Aires, Argentina. *Printed in Argentina*
Depósito de ley 11.723

© **la marca editora**

Cet ouvrage, publié dans le cadre du Programme d'Aide à la Publication Victoria Ocampo, bénéficie du soutien du Ministère des Affaires Étrangères et du service Culturel de l'Ambassade de France en Argentine.

Esta obra, publicada en el marco del Programa de Ayuda a la publicación Victoria Ocampo, cuenta con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores de Francia y del servicio cultural de la Embajada de Francia en la Argentina.

Jullier, Laurent
Cinéfilos y cinefilias. - 1a ed. - Buenos Aires : la marca editora, 2012.
248 p. ; 22x15 cm.

Traducido por: Víctor Goldstein
ISBN 978-950-889-235-5

1. Cinematografía. I. Leveratto, Jean-Marc II. Goldstein, Víctor, trad. III. Título
CDD 778.5

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.

Introducción	11
1. Cinefilia y sociología.....	12
2. Cinefilia e historia del arte	13
3. Cinefilia local y cinefilia mundial	14
Capítulo 1. ¿Qué es la cinefilia?	17
1. Cinéfilos famosos.....	18
2. Las películas miradas.....	22
3. Intercambio, placer y ‘cultura de sí’	31
4. La palabra cinéfila, o el cinéfilo desconocido	37
Conclusión: Observar ‘lazos débiles’	40
Capítulo 2. El nacimiento de la cultura cinematográfica	43
1. Otra historia de la cinefilia	45
2. La afición por el cine.....	48
3. El placer de la colección	58
4. La memoria de los nombres preciosos	64
Conclusión: La glorificación de la cinefilia	81
Capítulo 3. La normalización de la cinefilia	83
1. El equipamiento cognitivo de la cinefilia	85
2. El equipamiento comercial de la cinefilia.....	101
3. El equipamiento institucional de la cinefilia	119
Conclusión: la institucionalización de la pericia cinematográfica y el nacimiento de la cinefilia ‘moderna’	130
Capítulo 4. La cinefilia erudita	135
1. Un estilo moderno de cinefilia: la superioridad del experto.....	138
2. Un estilo combatiente de cinefilia: la defensa de los derechos de la persona	144

3. Un estilo honorable de cinefilia: la recompensa del esfuerzo de ser uno mismo	154
4. Un estilo 'reaccionario' de cinefilia: la defensa del aura cinematográfica	161
Conclusión: La capacidad de juzgar por sí mismo, o la distribución de la pericia	167

Capítulo 5. La domesticación del espectáculo cinematográfico **171**

1. La individualización del consumo: la cinefilia a domicilio	173
2. La publicación del juicio: Internet y el intercambio cinéfilo	184
3. La publicación del juicio: la sociabilidad cinematográfica	192
Conclusión: Cinefilia moderna y cinefilia posmoderna	196

Capítulo 6. Estéticas cinéfilas **199**

1. La legitimación de la estética cinéfila posmoderna	201
2. Estéticas <i>culta</i> , <i>bodrio</i> y <i>trash</i>	205

Conclusión **223**

El 'devenir experto' del espectador	223
1. Instrumentos de medida más sofisticados: las clasificaciones de films	226
2. La consideración del punto de vista del usuario	229
3. El valor personal del placer cinematográfico	231
4. La educación del consumidor: entre la escuela y el mercado	234

Bibliografía y webgrafía seleccionadas **243**

*Los autores agradecen a
Janet Staiger, al departamento Radio-Film-Televisión
y a la Universidad de Texas en Austin
por su apoyo para la redacción de este libro.*

Introducción

La ‘cinefilia’ designa a la cultura cinematográfica, en el doble sentido de un saber adquirido por la experiencia de las películas y de una acción de cultivar (*cultivation*, dicen los ingleses) el placer cinematográfico. Ella abarca al mismo tiempo la memoria y la capacidad de juzgar adquirida al contacto de una técnica artística (*tekhné*) frecuentada durante nuestro esparcimiento como hombres libres (*scholé*).

Existen varias maneras de cultivar el cine. La cinefilia no se reduce al discurso erudito sobre el cine y sobre ciertas películas vehiculizado por los medios y las publicaciones. Existe una cinefilia ordinaria, que no sale del marco de la conversación amistosa e íntima, la del aficionado de cine ordinario (*ordinary movie fan*, dicen los ingleses). Esta diversidad es un bien, como toda diversidad cultural. Pero la ‘modernidad’, en el sentido a la vez artístico y científico, defendida por la cinefilia académica, preocupada por integrar el cine al patrimonio escolar, perturba la percepción de la cinefilia del simple consumidor. Una retórica profesional del ‘artista creador’, que vincula la creación tan solo con el artista, refuerza esta dificultad a tener en cuenta el papel del consumidor ‘sin cualidades’ en la transmisión del sentido de la calidad artística y su contribución a la perpetuación de la vida del cine.

En efecto, el cine es un espectáculo viviente, cuyos formatos de difusión se diversificaron, permitiéndole llegar a más personas en forma permanente¹. La disminución del número del formato de comercialización en salas, de la que los historiadores contemporáneos nos recuerdan que de hecho disimulaba una gran variedad de espectáculos², trae aparejada una proliferación de redes de difusión gracias a la reproductibilidad sin precedentes que aportó la tecnología digital. Así, hoy hay más cine que antes, lo que justifica el plural utilizado en el título de la obra. Más cine significa más cinéfilos y más cinefilias, ya que la comunicación por Internet favorece la elaboración a distancia, por aficionados aislados, de un discurso colectivo sobre las películas que admiran.

1 Fabrice Montebello, *Le cinéma en France*, París, Armand Colin, 2005.

2 Cf. los trabajos de los historiadores anglosajones: Melvyn Stokes y Richard Maltby, Richard H. Allen y Ben Singer.

Esta cinefilia plural no se deja agarrar fácilmente. Cada espectador puede combinar consumiciones muy diferentes y participar, sin unirse, en los numerosos dispositivos de intercambio –asociaciones, festivales, foros de Internet, etc.– que generan, aquí y allá, la preocupación por el cine, el placer por un género o la admiración por un autor.

Estudiar la cinefilia impone hoy tener en cuenta en forma conjunta esta experiencia individualizada del cine y del poder de agregación social del film, articular el abordaje estético y la observación sociológica del cine. Sin este esfuerzo de articulación, en efecto, la cinefilia se nos escapa, y nos condenamos a inducirla *a priori* de la identidad de los espectadores o a deducirla *a posteriori* de lo que han visto.

1. Cinefilia y sociología

Hay que regocijarse del desarrollo reciente de los estudios sociológicos localizados del consumo cinematográfico y de los intercambios a los que da lugar³. Ellos abren el camino a una sociología de la pericia cinematográfica del consumidor que está particularmente ausente en Francia, debido a la confiscación de dicha pericia por los profesionales de la cultura.

Aunque el cine sea un arte masivo, que llega a los individuos independientemente de su estatus social y de su formación escolar, la cinefilia a menudo es presentada, en Francia, como el privilegio de una elite única que poseería la capacidad de reconocer el arte cinematográfico. Por el contrario, una justa comprensión de la cinefilia exige reconocer la capacidad adquirida por ese consumidor, a través de una frecuentación regular con las películas, para juzgar acerca de su calidad. Esto prohíbe estudiar el consumo cinematográfico desde el exterior, reduciéndolo a un atributo de públicos que poseen cualificaciones culturales diferenciadas, las que permiten juzgar acerca del valor de su consumo sin examinarlo. Para el consumidor, el valor de una película no está regulado *a priori*, es un asunto de calidad, se juzga caso por caso, en función de la experiencia propia de cada una de ellas. El papel que desempeñan las películas en la adquisición y el ejercicio de esta capacidad de

3 Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de son public*, París, Armand Colin, 2006; Emmanuel Ethis, *Aux marches du Palais. Le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, París, La Documentation Française, 2001 y Emmanuel Ethis, Jean-Louis Fabiani, Damien Malinas, *Avignon ou le Public participant. Une sociologie du spectateur réinventé*, París, Entretemps, 2008.

la calidad obliga a integrar la acción de la técnica cinematográfica y su evaluación en la observación. Es un análisis ‘sociotécnico’ que exige la cinefilia⁴.

2. Cinefilia e Historia del arte

En Francia no existe ninguna obra de síntesis sobre la historia de la cultura cinematográfica. Sólo se dispone de una historiografía reciente de algunas redes parisinas de cinéfilos observadas por intermedio de las revistas prestigiosas de que se dotaron, biografías de los pioneros de la crítica profesional del cine, de la crónica y, por último, del movimiento de los cineclubs de la posguerra. Algunos trabajos de referencia en materia de historia del cine (Fabrice Montebello, *Le cinéma en France*, 2005; Christophe Gauthier, *La passion du cinéma*, 1999) o de historia de los públicos (Richard Butsch, *The making of American Audiences*, 2006), muestran a las claras, sin embargo, que la historia de la construcción del juicio cinematográfico no puede reducirse a la génesis de un concepto –el famoso ‘autor’– o al proceso de ‘imposición simbólica’ de exigencias estéticas que se deben respetar. Como ya lo señala el historiador del arte Erwin Panofsky en “Style and Medium in the Motion Pictures” (1947)⁵, esta historia es inseparable de la historia del mercado cinematográfico. El desarrollo del amor por el cine es una dimensión fundamental, en ese sentido, de la “economía de las singularidades” a la que dio nacimiento la técnica cinematográfica⁶. Es la circulación no sólo ‘simbólica’ sino también comercial de objetos cinematográficos –algunos de los cuales se convirtieron en instrumentos de medida de la calidad cinematográfica– lo que constituyó el soporte del desarrollo de la cultura cinematográfica.

Describir la cinefilia, pues, consiste en observar la manera en que el placer cinematográfico fue elaborado históricamente por los espectadores y el que hoy se transmite por su intermedio. Esto impone estudiar más sistemáticamente el papel de los modos de comunicación del placer (orales y escritos), de las formas de sociabilidad (directa e indirecta) de las redes de información

4 Cf. Antoine Hennion, *La passion musicale*, París, Métailié, 2007. [Hay versión en español: *La pasión musical*, Barcelona, Paidós, 2002.]

5 Erwin Panofsky, “Style and Medium in the Motion Pictures”, *Critique*, Nueva York, enero-febrero de 1947. La versión consultada es “Style et matière du septième art”, en *Trois essais sur le style*, París, Gallimard, 1996, pp. 109-145. [Hay versión en español: *Sobre el estilo: tres ensayos inéditos*, Barcelona, Paidós, 2000.]

6 Lucien Karpik, *L'économie des singularités*, París, Gallimard, 2007.

(prensa o boca a boca), de los dispositivos de juicios (*box office*, lista de los premiados, etc.) y, por último, de las mismas películas en la constitución y la transmisión de la cultura cinematográfica.

Por lo tanto, no se trata de oponer la historia de los usos sociales del cine a la historia del arte cinematográfico, sino de restituir a la noción de cinefilia su sentido amplio de la cultura del placer cinematográfico, en vez de encerrarlo en una forma de admiración exclusiva y restrictiva de ciertas películas o de cierto tipo de películas. De reconocer, en otros términos, la diversidad y la plasticidad de las formas de sociabilidad y de competencia estética transmitida por el cine, y que conduce a olvidar la valorización de una forma única de cinefilia.

3. Cinefilia local y cinefilia mundial

Enriquecer nuestra visión de la cinefilia, más que empobrecerla sometiendo a la rutina de la clasificación sociológica o a la cuchilla de la batalla cinéfila, exige un esfuerzo particular de reflexividad.

Incluirse en la observación nos obliga a admitir la índole localizada de nuestro punto de vista. Aquí se hablará de la cinefilia en Francia. Sin embargo, debido al carácter cosmopolita del consumo cinematográfico, la cinefilia de la que hablaremos es una realidad transnacional, a imagen de lo que se llama el cine 'nacional', pero que integra muchas co-producciones internacionales.

No se reduce a un movimiento artístico (respaldado por un círculo de intelectuales o de artistas) ni a una cultura nacional (defendida por una clase). Ni simplemente 'parisina' ni puramente 'francesa', es *la forma que adopta localmente la cinefilia mundial*.

La distinción de la palabra cinéfilo de sus portavoces intelectuales (de los que nosotros mismos formamos parte) ofrece un medio cómodo de ordenar nuestro propósito, respetando la dinámica histórica del intercambio cinéfilo.

- La palabra cinéfilo, en efecto, nace en los '10 con la conquista del *Feature Film* (del 'gran film', en el sentido propio y figurado, en el vocabulario del consumidor francés).
- Se normaliza en los años '30 bajo el efecto del trabajo de equipamiento cognitivo suscitado por el esparcimiento cinematográfico.
- Se institucionaliza en los años '50, con su integración a la enseñanza universitaria.

- Se individualiza en los años '80, debido a la democratización de los estudios y a la multiplicación de los equipamientos culturales domésticos.

Cada etapa nos enfrenta con una evolución resultante de la acción de un factor dominante, social o técnico según los casos: la presentación técnica de un estándar de la calidad cinematográfica en los años '10; la regulación de las consecuencias sociales del esparcimiento masivo en los años '30; la transformación cultural que acarrea la masificación del acceso al colegio tras la Segunda Guerra Mundial; el equipamiento cultural masivo de los hogares gracias a la digitalización.

De estas cuatro etapas, la tercera ostenta una importancia particular. En efecto, ella representa el momento de la conquista de la escritura por espectadores hasta entonces representados por portavoces. Esta situación va a engendrar la escritura cinéfila como objeto estético y la constitución del cinéfilo como héroe cultural.

Esta evolución justifica la organización de este libro, y sus dos grandes partes.

La primera, consagrada a la génesis de la cinefilia, da cuenta al mismo tiempo de su institucionalización. La segunda, consagrada a la cinefilia contemporánea, integra en su observación el modelo estético constituido hoy por el círculo estético de los *Cahiers du Cinéma*. Lo que en la primera parte tiene un sentido cronológico, en la segunda adquiere un sentido sociológico. Los *Cahiers du Cinéma* forman parte de la cinefilia contemporánea, debido a la reactivación cotidiana que hacen sus admiradores directos o indirectos.

Capítulo 1 ¿Qué es la cinefilia?

“Francia, esa madre patria de la ortodoxia cinéfila...”⁷

Estudiar la cinefilia supone que se establezca previamente la configuración de esta conducta, que se especifique a la vez el sentido y la extensión que se va a dar a este término. En efecto, se trata de controlar la visión normativa de la cinefilia que cada uno se ve llevado espontáneamente a promover a partir del momento en que ama el cine.

Hablar de cine, cuando no es un oficio, es hablar espontáneamente del cine que uno ama y, al hablar del placer que nos proporcionaron algunas películas, promover cierta manera de amar el cine. Es en este sentido cómo hay que comprender la fórmula a menudo citada de Pierre Bourdieu según la cual todo consumidor es un “clasificador clasificado por su clasificación”, por la lista de las cosas que le gusta leer, mirar, escuchar⁸. No expresa una ‘ley sociológica’, pero hace referencia a nuestra experiencia común del intercambio cultural ordinario, de la conversación literaria o artística. Las películas que amé me llevan a hablar de ellas a la gente que amo, a defenderlas contra otras que se les puede oponer, y esta palabra expresa una parte de mi intimidad, de mi sensibilidad personal a ciertas cosas. Eso es lo que justifica la sección ‘lo que más amo’ de los perfiles que redactan los internautas que se anotan en foros de discusión cultural, sección que integra a menudo una o varias películas ‘fetiches’.

Al mismo tiempo se comprende la prudencia metodológica que impone el estudio de la cinefilia. Esta afición personal a ciertas películas, que lo conduce a integrarlas a su aparición en público, caracteriza indiscutiblemente al cinéfilo. El amor al cine, al igual que el amor en general, es inseparable de las pruebas de amor. El cinéfilo no es simplemente alguien que va al cine; es una persona que ama particularmente el cine, que defiende el cine que ama y, de

7 Marijke de Valck & Malte Hagener, “Down with Cinephilia? Long Live Cinephilia? And Other Videosyncratic Pleasures”, en Marijke de Valck y Malte Hagener (dir.), *Cinephilia: Movies, love and memory*, Amsterdam University Press, 2005, p. 14.

8 Pierre Bourdieu, *La distinction*, París, Minuit, 1979. [Hay versión en español: *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1991.]

esta manera, nos confirma que devuelve al cine el amor que éste le dio. Pero ¿cómo contener, es decir, establecer, los límites de la cinefilia a partir del momento en que se trata, como el amor, de un lazo personal que un individuo anuda libremente con el cine? En efecto, no hay ninguna razón de limitarlo a algunas personas, ni a ciertos films, salvo que se los utilice como criterios de definición de la conducta cinéfila, y estudiar a las personas famosas por su cinefilia, por un lado, y a las películas reputadas por suscitar una conducta cinéfila, por el otro.

Observamos estas dos tendencias en la literatura francesa y extranjera, todavía escasa, consagrada a la cinefilia.

1. Cinéfilos famosos

La obra de Antoine de Baecque, titulada *La cinéphilie*⁹, es un buen ejemplo del interés y de los límites de un estudio centrado sobre las personas.

De Baecque se apoya en su estudio en una definición ‘antropológica’ de la cinefilia¹⁰. La cinefilia designa la cultura cinematográfica, en el sentido de la acción de cultivar el placer cinematográfico. La cinefilia como el resultado de la ritualización de la experiencia cinematográfica, o sea, las “prácticas específicas”, “casi de culto”, engendradas por el involucramiento afectivo en “la visión y el comentario de los films”. El cinéfilo se distingue así del consumidor de ocasión por su afición a “ritos de mirada, de habla, de escritura”, y por los lazos que va a anudar, por intermedio de las películas, con otros apasionados como él. “Mordido por el cine”, en efecto, se entra en una “comunidad de interpretación” que nos estimula a reflexionar nuestro juicio, es decir, a examinar de manera crítica nuestras impresiones estéticas, a pensar con cuidado lo que nos provoca una película, para lograr una justa evaluación del espectáculo cinematográfico. “Esta reflexividad es la marca específica de la cinefilia: todas sus prácticas apuntan a dar una profundidad a la visión del film”¹¹. La cinefilia, por lo tanto, designa una actividad consciente de observación y de análisis del placer cinematográfico, y el saber práctico que resulta de su ejercicio. Realmente se trata de una cultura artística, “una cultura construida

9 Antoine de Baecque, *La cinéphilie. Invention d'un regard, histoire d'une culture, 1944-1968*, París, Fayard 2003.

10 Para la particularidad de este abordaje, cf. Jean-Marc Leveratto, *Introduction à l'anthropologie du spectacle*, París, La Dispute, 2006.

11 Antoine de Baecque, *op. cit.*, p. 12.

alrededor del cine¹², y no de un gusto inconsciente por cierto tipo de experiencia, como lo sugiere Pierre Bourdieu en *La distinción*¹³. Es el compromiso corporal consciente sobre el cual descansa su elección lo que suscita las batallas de los cinéfilos estudiadas por Antoine de Baecque, batallas características de toda cultura artística, a partir del momento en que el aficionado se siente personalmente atacado en sus elecciones o, por juego, se convierte en defensor ardiente de su campeón¹⁴. También explica, desde el momento en que los cinéfilos estudiados son únicamente cinéfilos masculinos, la orientación sexual dominante de su atención, su sensibilidad al erotismo de las grandes *stars* femeninas hollywoodenses, o a las jóvenes mujeres modernas del cine sueco¹⁵. El “fetichismo erótico, culto del momento privilegiado donde aflora el deseo del espectador iniciado”, en efecto, caracteriza “la práctica y el modo de pensamiento cinéfilo”¹⁶. Una vez más, se trata de un rasgo característico de la cultura moderna del espectáculo, ya que la seducción física ejercida por las *stars* forma parte integrante de su desempeño, como lo muestran las primeras *stars* femeninas francesas del siglo XIX, Rachel y, sobre todo, Déjazet¹⁷.

En consecuencia, la cinefilia es realmente una cultura artística, la conjunción de un saber compartido y de una actividad de intercambio, generada por la afición a una técnica artística. Antoine de Baecque define pues muy atinadamente el campo de la historia de la cinefilia, y de sus objetos de estudio: “la constitución de un público alrededor de las imágenes animadas, la prolongación de una tradición de la crítica de arte muy presente en Francia en los siglos XVIII y XIX, la legitimación cultural de una producción y de una actividad largo tiempo despreciadas, la influencia respectiva de las corrientes de pensamiento (futurismo, surrealismo, comunismo, cristianismo, fascismo...), el desarrollo de la prensa especializada, las relaciones entre cultura masiva y cultura de elite”¹⁸. La historia de la cinefilia es inseparable de la emergencia de una industria internacional del cine y de un esparcimiento masivo, es decir, que interesa a ricos y pobres, a hombres y mujeres, a jóvenes y viejos.

Sin embargo, a la inversa de lo que indica su título, la obra se reduce a una historia del círculo de los críticos que constituyeron la celebridad de los *Cahiers du Cinéma* y se convirtieron ellos mismos en célebres, un círculo de

12 *Ibid.*, p. 17.

13 Pierre Bourdieu, *op. cit.*

14 Jean-Marc Leveratto, *op. cit.*

15 Antoine de Baecque, *op. cit.*

16 *Ibid.*, p. 267.

17 Jean-Marc Leveratto, *op. cit.*

18 Antoine de Baecque, *op. cit.*, p. 12.

cinéfilos ‘masculinos’ y ‘parisinos’. Al redactar los retratos de cada uno de los críticos mayores de estos *Cahiers* (André Bazin, François Truffaut, Éric Rohmer) y de algunos de sus interlocutores (George Sadoul y Bernard Dort), el libro propone una excelente síntesis de las ideas que esclarecen su defensa de ciertas películas y ciertos realizadores. Así pues, “la invención de una cultura”¹⁹ descrita por Antoine de Baecque, no designa la formación de la cultura cinéfila en Francia, sino la elaboración de una ‘estética del cine’ convertida, desde entonces, en una referencia universitaria mayor en el mundo entero.

El interés del libro reside en el valor historiográfico de esta reconstitución de un momento intelectual específico, de la originalidad de la producción de una ‘contracultura’ del cine, que se arraiga en el placer del ‘espectáculo’, de una estética, pues, que “no se construye contra el espectáculo, ni contra las cine-novelas o la ‘prensa de la farándula’, sino como una suerte de prolongación intelectualizada de su acción”²⁰. Como la tesis de Fabrice Montebello ya había aportado la prueba, la preferencia de los críticos de los *Cahiers* no se diferencia de aquella de ciertos consumidores ‘ordinarios’, de los espectadores obreros, sobre todo, y “se ejerce sobre un conjunto de películas idéntico”²¹.

No obstante, bien vemos en qué esta crónica del “combate del autor de film” —en el doble sentido de un combate para hacer reconocer al realizador como autor, y para serlo uno mismo— no justifica su título.

Ante todo, ella da cuenta de la génesis de una cinefilia ‘académica’, ya que efectivamente los *Cahiers du Cinéma*, por intermedio de los universitarios y de los estudiantes que los leen, y algunos de los cuales se volverán ellos mismos docentes ‘de cine’, desempeñaron “un rol de instancia de legitimación cultural”²² en el seno de las elites intelectuales. La demostración que hace aparecer “la cinefilia parisina como un lugar muy original —el único en el mundo, a decir verdad— de legitimación cultural del cine” opera así una triple reducción de la cinefilia, a la elaboración estética de la *Nouvelle Vague*, a una red de cinéfilos parisinos, y al mundo universitario. Su promoción por el mundo universitario —que constituye una red globalizada— aporta una confirmación de este límite del análisis. Celebrar la cinefilia, como lo hace la

19 *Ibid.*, la fórmula es una vez más reivindicada en la p. 18.

20 *Ibid.*, p. 19. Esta reevaluación de la *Nouvelle Vague*, ‘contracultura de aficionados’, ‘cultura del desvío’, ‘dandismo’, un militantismo artístico que privilegia los criterios de aprendizaje tomado al *cursus honorum* universitario (la erudición, la acumulación de un saber) constituye todo el interés histórico del libro.

21 Fabrice Montebello, *Spectacle cinématographique et classe ouvrière. Longwy : 1945-1969*, tesis de doctorado de historia, Universidad de Lyon 2, Louis Lumière, 1997.

22 Antoine de Baecque, *op. cit.*, p. 23.

ensayista norteamericana Susan Sontag, como invención intelectual parisina²³, es realmente reducirla exclusivamente a un conjunto de escritos sobre el cine que la inspiraron particularmente, y a un amor al cine que se apoya en esos escritos. En consecuencia, es descalificar la cinefilia, que escapa al marco de esos escritos, porque les es anterior o exterior.

¿Se trata acaso de decir que el libro de Antoine de Baecque no habla de la cinefilia? No, de ninguna manera. El placer que nos proporciona es descubrir en él a enamorados del cine que disputan acerca de su pasión por las películas más notables del cine mundial, y defienden aquellas que les parecen las más dignas de ser admiradas. Se trata del mismo placer que nos proporciona la descripción que hace Fabrice Montebello de esos cinéfilos obreros cegetistas que deciden hacer un minuto de silencio en ocasión de la muerte de Humphrey Bogart, como lo habían hecho en ocasión de la muerte de Stalin²⁴. Pero en el libro de De Baecque se trata de un círculo parisino, y de una cinefilia ‘moderna’, en el sentido de una cinefilia erudita. Es una cinefilia equipada por la escritura sobre el cine, una cinefilia resultante del entrelazamiento del placer que se siente en el espectáculo cinematográfico y en la cultura del placer estético transmitida por los estudios secundarios. Este entrelazamiento acarrea una reinterpretación de la modernidad del placer cinematográfico. La modernización, cuyo producto es el consumo cinematográfico desde un punto de vista económico²⁵, así como desde un punto de vista estético²⁶, ya no es percibida sino desde el punto de vista de la técnica cinematográfica, y de la revolución artística que ella representa. La cinefilia ordinaria es ahora percibida como una conducta popular, que no tiene que hacer justicia a la modernidad de esta técnica, sino que la sacrificó al placer de la diversión. La cinefilia ‘moderna’, debido a eso, tiende a negar el título de cinéfilo a todos aquellos que se dejan aferrar con demasiada facilidad por el placer estético que procura el cine, como lo muestran las películas con las que se vinculan. En efecto, ¿cómo aceptar que se compare la visión de una película de Renoir

23 Cf. Christian Keathley, *Cinéphilie and History or the Wind in the Trees*, Bloomington, Indiana University Press, 2006, p. 3. “Para Susan Sontag, el gran momento de la cinefilia se produjo en Francia, y duró a grandes rasgos de fines de la Segunda Guerra Mundial hasta fines de los años sesenta”.

24 Cf. Fabrice Montebello, “Joseph Stalin et Humphrey Bogart: l’hommage des ouvriers”, *Politix*, París, n° 24, diciembre de 1993, pp. 115-133.

25 Gerben Bakker, *Entertainment Industrialised. The Emergence of the World Film Industry*, Nueva York, Cambridge University Press, 2008.

26 Ben Singer, *Melodrama and Modernity. Early Sensational Cinema and Contexts*, Nueva York, University of Columbia Press, 2001.

o de Bergman con la de una diversión comercial contemporánea, indiferente a la transmisión del patrimonio cinematográfico?

Los 'fans', sin embargo, son indiscutiblemente enamorados del cine, como lo muestran las observaciones que se hacen hoy en día de sus intercambios. Ellos se esfuerzan por compartir el placer que experimentan con ciertas películas, las analizan permaneciendo atentos al más pequeño detalle técnico, los comparan entre ellos y con otros géneros de películas, y así se convierten en verdaderos expertos de las películas que aprecian. Realizan grandes gastos para mantener su pasión, le consagran tiempo. A diferencia de los cinéfilos estudiados por Antoine de Baecque, sin embargo, su saber, debido a su índole especializada, sólo interesa a aquellos que deciden consagrar, como ellos, una pasión exclusiva a los mismos objetos y raramente pueden convertirlo en un oficio. Estos cinéfilos, al mismo tiempo, son difíciles de identificar. Son anónimos, no siendo bien conocidos sino en el interior de un círculo de apasionados, o desconocidos, siendo su notoriedad el producto de su actividad profesional, y su cinefilia una pasión íntima. La pasión por las películas de Kung-Fu que, en su época, mantenía Bernard-Marie Koltès, un autor famoso del teatro francés contemporáneo, sólo era conocida por sus allegados antes de ser revelada, por sus comentaristas, a los aficionados a su obra.

Por lo tanto, es posible estudiar la cinefilia de otro modo que estudiando a los cinéfilos famosos. Sobre todo, es posible observar los diferentes tipos de cinefilia que suscitan algunas películas, que visiblemente son objetos de admiración.

2. Las películas miradas

El libro de una gran especialista norteamericana contemporánea de la recepción, Janet Staiger, puede ayudarnos a aclarar el interés y los límites de un abordaje de la cinefilia por el estudio de las formas del gusto cinematográfico.

Media Reception Studies [Los estudios de la recepción mediática], aparecido en 2005, propone en efecto una síntesis muy útil de los diferentes tipos de estudios consagrados al amor por el cine²⁷. Dos capítulos de la obra se refieren a la cinefilia, aunque Janet Staiger no utiliza el término, ajeno a la tradición anglosajona²⁸.

27 Janet Staiger, *Media Reception Studies*, Nueva York, Nueva York University Press, 2005.

28 *Cinephilia* designa corrientemente en inglés, en la esfera académica, la cinefilia en el sentido francés, vale decir, la cinefilia erudita. Por otra parte, la lengua inglesa posee la muy útil *moviegoer*, que designa simplemente a una persona que le gusta ir al cine.

El primero, titulado “Los fans, y las conductas de los fans”, propone una caracterización ideal-típica del fan, y a través de ella del apasionado por el cine.

En contra de la interpretación sociológica de la admiración cinematográfica propuesta por Edgar Morin, el capítulo restablece la antigüedad y la generalidad del tipo de involucramiento afectivo manifestado por los fans del cine, es decir, la normalidad cultural de su conducta. Por lo tanto, al igual que Antoine de Baecque para la cinefilia, Janet Staiger valoriza una visión antropológica del ‘*fandom*’, del hecho de apasionarse por cierto tipo de libros, de espectáculos o de deportes.

Esta conducta del fan, en efecto, aparece mucho antes de la generalización del uso del diminutivo –de ‘*fanatic*’– en el siglo xx. Numerosos investigadores recuerdan que a partir de comienzos del siglo xviii, los fieles de los novelistas “empezaron a enviarles cartas, a hacer peregrinajes a los lugares mencionados en sus libros y a desarrollar una identificación intensa con los personajes y los decorados de sus diferentes relatos”²⁹. Desde mediados del siglo xviii, en Norteamérica, algunos fans de baseball, sobre todo aquellos llamados los ‘*kranks*’, no vacilaban en pelearse y hasta en interrumpir un partido si no los favorecía. Los folletines de la época victoriana engendraron colectivos importantes que esperaban con impaciencia la continuación de la publicación. En la misma época, los aficionados a los cantantes de ópera se involucraban en su pasión sin reparar en gastos, y las *stars* masculinas del teatro se convertían en ‘ídolos de la *matinée*’, adorados por el público femenino de esas sesiones, con clubs de fans que empezaron a aparecer a partir de 1885, y el nacimiento, desde 1907, del debate público, siempre de actualidad, sobre la preferencia concedida por las mujeres a las *stars* masculinas. En la continuidad de este proceso cultural, los individuos manifestaron una conducta de fan apenas las películas y los otros medios se volvieron ampliamente accesibles. Incluso después de que la radio dejó de ser una nueva tecnología, la gente se reunía en las veladas para escuchar su programa favorito. En la primera convención norteamericana de ciencia ficción de 1936, un fan se puso el primer traje de ciencia ficción tomado de una fuente audiovisual,

29 Janet Staiger no evoca las batallas, a puñetazos y bastonazos, entre espectadores de teatro del siglo xix que, como la *Batalla de Hernani*, defendían a su campeón, pese al traumatismo constituido en la historia del espectáculo norteamericano por *Astor Place*, una batalla entre fans de dos actores que degeneró en un motín que provocó varias decenas de muertos (cf. Burch, *La lucarne de l’infini*, París, L’Harmattan, 2007 y Jean-Marc Leveratto, *Introduction à l’anthropologie du spectacle*, op. cit. [Hay versión en español de *El tragaluz del infinito*, Madrid, Cátedra, 1987]).

la película de Wells *La guerra de los mundos*. Las películas comienzan a parodiar a la joven adolescente enamorada de las *stars* de cine a partir de 1912. En los años '20 se consideraba como un hecho consumado que un fan del cine era de esa edad y de ese sexo. Los magazines de cine proporcionaban a los fans todos los alimentos necesarios para su pasión, inclusive la publicación de sus cartas. Incluso si la investigación indica que sólo una fracción minúscula de los adolescentes escribía a las *stars*, a comienzos de los años '40 casi el noventa por ciento del *fan mail* de los estudios emanaban de jóvenes por debajo de los 21 años". Así, concluye Staiger, una cultura de fan muy intensa existía realmente antes de la televisión y el aumento, después de la Segunda Guerra Mundial, del dinero de los jóvenes (y los adultos) para sus esparcimientos.³⁰

Aunque se trate de la historia de los esparcimientos en los Estados Unidos, su inclusión en esta historia permite confirmar que el esparcimiento cinematográfico, a partir de los años '10, suscitó una conducta cinéfila en sus consumidores norteamericanos, conducta de la que da fe la creación de *Photoplay* en 1911 y, en los años siguientes, la proliferación de las revistas cinematográficas³¹. En Francia hay que esperar a los años '20 para que esta conducta adquiriera una visibilidad equivalente a través de la creación de múltiples revistas destinadas a los consumidores regulares, algunas de las cuales durarán hasta los años '60³². Por cierto, esta cinefilia es muy diferente de la cinefilia erudita de la que nos habla Antoine de Baecque. Debido a la índole excesiva de las manifestaciones emocionales de algunos fans, es fácil estigmatizarla considerándola como idiota, infantil y femenina, e indigna de ser considerada como un saber del placer cinematográfico.

Ahora bien, como lo sugiere John Fiske, esta cinefilia nos enfrenta sencillamente con otro uso del saber fuera de aquel propio de la cinefilia erudita, como parte integrante de la 'cultura oficial'. En la cultura oficial se utilizan las informaciones para "reforzar o enriquecer la apreciación de un trabajo", lo que aumenta su valor a la vez escolar y monetario, mientras que en la 'cultura de fan' se utiliza ante todo su saber para participar en el intercambio

30 Janet Staiger, *op. cit.* Se trata de un resumen de las páginas 96 a 98 de la obra.

31 Cf. las estadísticas sobre la creación y el tiraje de estas revistas, que constituye la fuente mayor, a través de las referencias de segunda mano de los estudios sobre el asunto en *Harvard Business Reports*, vol. 8, Nueva York, Mc Graw-Hill, 1930, p. 62.

32 Cf. Colin Crisp, *The Classic French Cinema, 1930-1960*, Bloomington y Londres, Indiana University Press, 1997, y Christophe Gauthier, *La Passion du cinéma. Cinéphiles, ciné-clubs et salles spécialisées à Paris de 1920 à 1929*, Association Française de Recherche sur l'Histoire du Cinéma/École des Chartres, 1999.

o para penetrar en el interior del proceso de producción, una visión que no es accesible al profano³³.

Desde ese punto de vista, no hay manera de oponer *'fandom'* (pasión) a 'cinefilia', como lo muestra el ideal-tipo de la conducta del fan que deslinda Janet Staiger de los trabajos de Henry Jenkins, un especialista de la cultura popular y de los aficionados a la ciencia ficción³⁴. Esta modelización del comportamiento del fan, en efecto, se aplica rasgo por rasgo a los cinéfilos estudiados por Antoine de Baecque.

La conducta, de hecho, como toda conducta de fan, combina:

- la adopción de un “modo de recepción distintivo” de aquel del consumidor ocasional³⁵;
- la adhesión a una “comunidad de interpretación particular”
- el compromiso en un “activismo de consumidor”³⁶
- la creación de un “mundo del arte particular”
- la tendencia a “la integración de los objetos admirados a su espacio personal”
- la constitución de una “comunidad social alternativa”.

La gestión ideal-típica escogida por Janet Staiger consiste en producir, reuniendo y exagerando rasgos típicos de una conducta, un retrato psicossociológico que permita acercar, o por el contrario alejar, a los individuos observados de esta conducta, en función de las actividades a las que se entregan³⁷. Esto es lo que explica el esfuerzo para distinguir la dimensión cognitiva (la comunidad de interpretación), la dimensión afectiva (la comunidad social), y la dimensión operatoria (el mundo del arte particular, es decir, las producciones, dibujos, esculturas, retratos, juegos, etc., de los fans) de la cinefilia. Asimismo, esto es lo que justifica su llamado a la prudencia en la observación de la cinefilia. En efecto, “las conductas de los fans son numerosas. No todo fan aprecia o se autoriza todas estas conductas, y en épocas diferentes de su vida

33 John Fiske, *Understanding Popular Culture*, Londres y Nueva York, Routledge, 1989.

34 Henry Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, Nueva York, Routledge, Chapman and Hall, 1992.

35 Que implica la anticipación (sobre las películas que se deben ver), la repetición (volver a ver las películas), y una fuerte ritualización (respeto) de la recepción.

36 Que se traduce, en el caso de las series, por la investigación de informaciones sobre los episodios en curso de producción y las campañas para presionar sobre la evolución del relato o la distribución.

37 Cf. Max Weber, *Essais sur la théorie de la science*, consultable en http://classiques.uqac.ca/classiques/Weber/essais_theorie_sciences/essais_theorie_sciences.html.

un fan puede involucrarse más en ciertas actividades”. Al mismo tiempo, el observador debe estar atento al hecho de que privilegia los fans más visibles. Por cierto, no hay que olvidar que “mientras que el fenómeno del *fandom* sale de lo común, nos está diciendo algo del espectador más silencioso, ya que casi todo el mundo probablemente fue fan de una u otra manera”³⁸.

Esta visión ampliada de la cinefilia prohíbe distinguir radicalmente al espectador de cine y al cinéfilo y oponer cinefilia ‘popular’ y cinefilia erudita. No hay diferencia de naturaleza entre el consumidor ordinario y el cinéfilo, sino una diferencia de grado de involucramiento de sí en el intercambio cinematográfico. La cinefilia erudita, para Janet Staiger, no es así más que un género entre otros de cinefilia.

El capítulo siguiente, “Los *mirones* [*viewers*] de *stars*, de películas de culto y de arte cinematográfico”, propone así considerar como equivalentes a formas de consumo cinematográfico que se distinguen significativamente por la naturaleza de las películas miradas. Mirar esas películas en particular permite que el investigador deslinde las interpretaciones diferentes del cine que justifican la elección de tal género de películas o, por el contrario, de tal otro, comprender mejor lo que la economista llama “preferencias”, identificar categorías diferentes de fans. Janet Staiger propone así diferenciar el interés por las “*stars*”, por “los visionados de películas de culto”, o por “las películas de arte y de vanguardia”.

- *La afición por las stars*. Como lo señala Janet Staiger, existe una literatura psicosociológica muy abundante que propone interpretaciones de la afición por las *stars*. Su punto en común es que “postulan que los espectadores construyen identidades por intermedio de la *star*” (“*through the star*”). La familiaridad con las *stars*, en efecto, hace que ellas se conviertan “a la vez en especies de modelos y de amigos”³⁹. No obstante, es difícil comprender en qué el amor por las *stars* define un género de cinefilia. Como la misma Janet Staiger lo revela, aunque la mayoría de la gente asocie la cinefilia con las *stars* y las celebridades, “los fans son claramente los fans de ciertas obras de ficción o de géneros”. El fenómeno de identificación de los adolescentes de las clases medias con las *stars* que descubren en las películas –subrayado por Edgar Morin–, la seducción erótica o el sentimiento amoroso que suscitan pueden conducir a la cinefilia, como

38 Janet Staiger, *op. cit.*

39 *Ibid.*, p. 124.

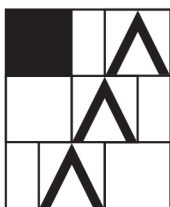
¿Disfrutaste el libro que comenzaste a leer?
Podés adquirirlo en www.lamarcaeditora.com y en cientos de
librerías.

Gracias por apoyar con tu lectura y recomendaciones este proyecto
editorial.

La marca editora es una editorial independiente argentina que desde hace más de 25 años publica libros vinculados a la cultura visual: ensayos sobre cine, fotografía, música; fotolibros; libros-álbum infantiles; proyectos innovadores; filosofía, estética, rock, poesía, flipbooks, libros de artista, libros de arte.

Detrás de nuestro catálogo hay muchos nombres. Una editorial independiente es el proyecto de un editor, pero la concreción de muchos otros: artistas, poetas, escritores, fotógrafos, traductores, diseñadores, ilustradores, correctores, imprenteros, maquinistas, encuadernadores, fotocromistas, administrativos, vendedores, cobradores, libreros, colegas, amigos.

Nuestro catálogo es el documento que referencia el recorrido que todos nosotros comenzamos hace 25 años. Porque editar no es una odisea, pero sí un viaje. Un catálogo es, entonces, además de una bitácora de la imaginación al servicio de lo que otros editores aún no han imaginado o un inventario de aquellos libros por los que no hubieron decidido su apuesta, un diploma al mérito que puede significar la subsistencia en tan grata actividad. Porque editar no es editar un libro, editar es seguir en este viaje.



la marca
editora