

Vínculo entre públicos y festivales: BAFICI y Mar del Plata

Por Juan Manuel Alonso *

Resumen: La gran mayoría de los festivales internacionales de cine tiene una característica común: la composición de sus públicos es predominantemente “local”. A partir de un relevamiento cuantitativo realizado entre espectadores de salas comerciales y alternativas de la Ciudad de Buenos Aires, se dimensionará el impacto de este fenómeno en los indicadores de conocimiento y participación de los dos principales festivales de cine de Argentina: BAFICI y Mar del Plata (MPIFF). Como objetivo secundario, se caracterizarán perfiles sociodemográficos y de consumo cinematográfico de los distintos vínculos que un encuestado puede establecer con cada uno de los festivales: (a) no conocerlo; (b) conocerlo pero no haber participado nunca; (c) haber participado en una o más ediciones. A partir de esto, se demostrará empíricamente que existen otros condicionamientos a la participación más allá del componente “local”.

Palabras clave: consumos culturales, estudios sobre festivales de cine, públicos de cine, métodos cuantitativos.

Vínculo entre públicos e festivais: BAFICI e Mar del Plata

Resumo: A grande maioria dos festivais internacionais de cinema tem uma característica comum: a composição de seus públicos é predominantemente “local”. Com base em uma pesquisa quantitativa realizada entre espectadores de cinema comercial e alternativo na cidade de Buenos Aires, o impacto desse fenômeno será medido nos indicadores de conhecimento e participação dos dois principais festivais de cinema na Argentina: BAFICI e Mar del Plata (MPIFF). Como objetivo secundário, caracterizaremos os perfis sócio-demográficos e de consumo cinematográfico dos diferentes relacionamentos que um entrevistado pode estabelecer com cada um dos festivais: (a) não sabe; (b) conhece mas nunca participou; (c) ter participado de uma ou mais edições. A partir disso, será empiricamente demonstrado que existem outras barreiras à participação além do componente “local”.

Palavras-chave: consumo cultural, estudos de festival de cinema, audiências de filmes, métodos quantitativos.

Links between Audiences and Festivals: BAFICI and Mar del Plata

Abstract: Most international film festivals share a common trait: their audiences are predominantly “local”. Based on a quantitative survey conducted among spectators of commercial and alternative cinema in Ciudad de Buenos Aires, this article measures the impact of this phenomenon in the awareness and participation of the two main film festivals in Argentina: BAFICI and Mar del Plata (MPIFF). As a complementary objective, this article defines sociodemographic and film consumption profiles based on the different options of the survey: (a) not aware; (b) aware but have never participated; (c) participated in one or more editions. This data empirically demonstrates that other factors beyond the “local” component condition participation.

Key words: cultural consumptions, film festival studies, cinema audiences, quantitative methods.

Introducción

Estudios recientes sobre cine han remarcado la compleja relación que existe entre las categorías de lo “nacional”, lo “regional” y lo “(trans)nacional” para analizar tanto la producción, distribución, exhibición, exportación e internacionalización del cine argentino contemporáneo (Borello et al., 2018; González, 2017; González, 2018; Rud, 2017; Rud, 2018) como para examinar los complejos mecanismos de selección, clasificación, premiación y fomento dentro del circuito de festivales de cine (Bauer, 2006; Campos, 2018; De Valck, 2007; Rodríguez Isaza, 2012; Soria, 2016; Stringer, 2008).

Sin embargo, desde la perspectiva de los consumos culturales —con foco en los públicos de festivales de cine—, emerge con fuerza una categoría complementaria: lo “local”. Para la gran mayoría de los festivales de cine, tal vez únicamente con la excepción de los eventos más importantes a nivel

internacional, el origen de sus públicos es local, es decir, estos “festivaleros”¹ son oriundos de la misma ciudad donde se lleva a cabo el evento.

Este fenómeno se ha comprobado empíricamente en distintos relevamientos cuantitativos sobre públicos de festivales internacionales de cine —que se detallarán en el próximo apartado. La compleja intersección entre lo “local” y lo “global” que proponen los festivales invita a la reflexión acerca de sus características y de las implicancias en las formas de consumo y apropiaciones culturales que experimentan sus públicos.

El presente artículo se inscribe dentro del campo de los estudios sobre festivales de cine —*Film Festival Studies*— y la hipótesis que lo orienta es que dicho componente de lo “local” tiene un impacto considerable en los indicadores de conocimiento y asistencia a los dos principales eventos del calendario argentino de festivales: BAFICI y el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata (MPIFF).²

Esta hipótesis será verificada a partir de un relevamiento cuantitativo realizado por Enfoque Consumos Culturales³ sobre espectadores de salas comerciales y alternativas de la Ciudad de Buenos Aires. Asimismo, como segundo objetivo, este trabajo apunta a caracterizar los perfiles de públicos que conocen y consumen estos dos eventos, tanto en términos sociodemográficos —edad, nivel educativo o nivel socioeconómico— como también en relación a sus gustos, hábitos y comportamientos de consumo cinematográfico.

¹ Traducción del término anglosajón *festival-goers*, muy empleado como constructo en la bibliografía especializada de los *Film Festival Studies* (campo de estudios sobre festivales de cine).

² De aquí en adelante se utilizarán las siglas MPIFF para referirse al Festival Internacional de Cine de Mar del Plata.

³ Asociación civil sin fines de lucro a la cual pertenece el autor de este trabajo y que lleva adelante investigaciones aplicadas sobre consumos culturales y, en particular, sobre cine. El relevamiento se realizó en el marco del proyecto “Consumo y percepciones de cine argentino. Públicos reales y potenciales entre asistentes a salas de cine en la Ciudad de Buenos Aires”. Disponible en: <https://bit.ly/2K50sgD>.



Una experiencia “local”

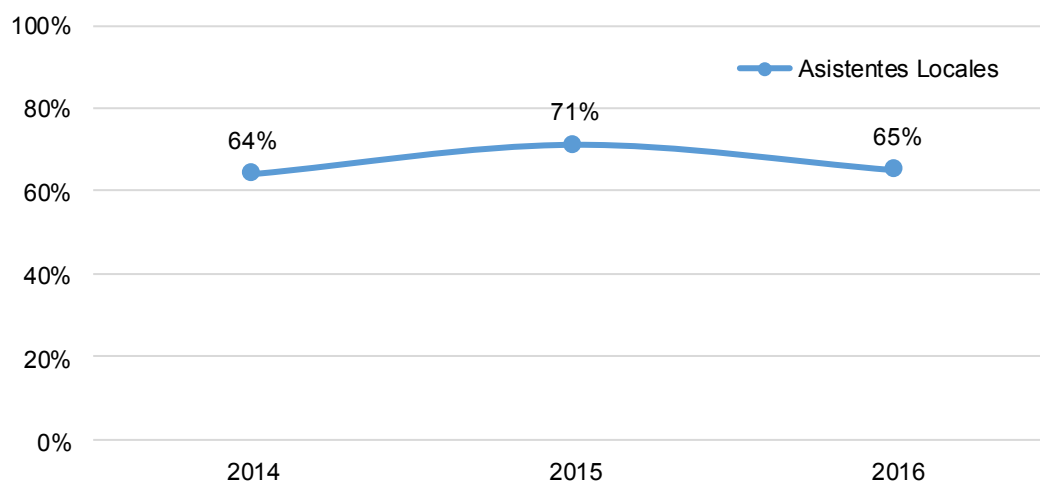
Preguntarse por los consumos culturales significa anclar la indagación en los procesos de apropiación y usos de los bienes y servicios culturales de los individuos como un proceso sociocultural (García Canclini, 1999). Es decir, desde este enfoque, el análisis se concentra en estas prácticas de consumo en tanto construcción de sentido y en las cuales conviven complejas relaciones de imposición hegemónica de la Industria Cultural con procesos de resistencia de los sujetos.

Puntualmente, una serie de relevamientos realizados en distintos festivales internacionales de cine arrojan un mismo patrón: la experiencia de usos y apropiaciones de este tipo de eventos por parte de los públicos es principalmente de índole “local”, es decir, sus asistentes son oriundos en su gran mayoría de las propias ciudades donde se lleva a cabo el festival.

Tres estudios cuantitativos en años consecutivos del 2014 al 2016 realizados por Enfoque Consumos Culturales sobre los asistentes al MPIFF corroboraron de manera empírica esta característica. Como se puede observar en el **Gráfico 1**, una proporción mayoritaria de los “festivaleros” residían en Mar del Plata: en

2014 el 64%, en 2015 el 71% y en 2016 el 65%. Sólo una porción minoritaria de los encuestados provenían de otra provincia que no sea Buenos Aires o de otro país (en 2016 este porcentaje era solamente del 4%).

Gráfico 1. Porcentaje de asistentes locales al Festival Internacional de Cine de Mar del Plata (MPIFF)



Fuente: Elaboración propia con datos de Enfoque Consumos Culturales.

En el caso del BAFICI, un estudio cuantitativo realizado en la edición del 2017 arrojó que el 88% de los asistentes residía en la propia Ciudad de Buenos Aires (De Angelis y Wortman, 2017). Para ser más exactos, el 49,7% en la zona norte, el 26,3% en la zona oeste y el 12% en la zona sur de la ciudad. Si a ellos se les suman los que residen en el Gran Buenos Aires⁴, el guarismo asciende al 96%, es decir, prácticamente la totalidad de los encuestados.

El mismo patrón se presenta en festivales de otros países y de otros continentes. Por citar algunos ejemplos, un relevamiento realizado en 2007 en cinco festivales coreanos —Women’s Film Festival (Seúl), Jenjou International Film Festival, Puchon International Fantastic Film Festival, Jecheon International Music & Film Festival, Seoul International Film Festival y Pusan

⁴ Denominación geográfica que hace referencia al área metropolitana que rodea a la Ciudad de Buenos Aires.

International Film Festival— relevó que el 73% de los encuestados eran *local visitors* —asistentes locales— (Park, Lee y Park, 2011). Por otro lado, una encuesta realizada a los asistentes del Glasgow Film Festival (GFF) registró que el porcentaje de asistentes locales era del 80% (Dickson, 2014).

Las anteriores son algunas comprobaciones empíricas de un fenómeno que ya tiene consenso en la bibliografía especializada. A excepción de un conjunto reducido de festivales internacionales, lo más importantes y de mayor trayectoria en el calendario anual,⁵ el resto de los festivales de cine tiene una composición de públicos fundamentalmente local.

Por un lado, la consolidación de los festivales de índole local explica en cierta forma el proceso de rápida expansión del circuito de festivales de cine a partir de la década de 1980 (De Valck, 2007). No sólo ya es evidente la diferencia entre dos tipos de festivales dentro del circuito —los que atraen más asistentes locales frente a los más poderosos que tienen la capacidad de generar turismo cultural y audiencias internacionales—, sino que la brecha entre ellos se ha extendido en las últimas décadas (Martin, 2009). Lo que ocurre con muchos festivales es que ya no aspiran a programar estrenos rutilantes o recibir grandes visitas internacionales, sino que apuntan a una programación que satisfaga los gustos y las expectativas de sus audiencias y sponsors locales (Rodríguez Isaza, 2012).

Por el otro, desde la perspectiva del consumo, para las audiencias locales —*home audience*— las distintas ediciones del festival de cine que se realiza en su ciudad representan una oportunidad para tener una ventana al mundo, es decir, en pocos días conocer de manera intensiva productos, historias, estéticas y sensibilidades de todas partes del mundo (Martin, 2009).

⁵ Como ejemplo contrario, en el Festival Internacional de Cine de Rotterdam (IFFR), uno de los más importantes a nivel internacional, el porcentaje de audiencias locales se reduce al 43%. El 52% proviene de otras ciudades/regiones de Holanda mientras que un 5% de otros países (Bauer, 2006).

BAFICI y MPIFF

Según el anuario 2017 del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), dicha institución apoya y fomenta oficialmente 54 festivales de cine en distintas regiones del país. Por otro lado, el mapa de festivales nacionales disponible en la página web del INCAA y dependiente de la Gerencia de Acción Federal enumera un total de 99 eventos de estas características a lo largo del año.

A pesar de este valor cercano al centenar de festivales y muestras de cine que ocurren anualmente en el país, hay dos eventos en particular que detentan una posición dominante en el circuito y constituyen los faros de referencia para la industria. BAFICI —habitualmente en el mes de abril— y MPIFF —desde hace unos años regularmente en noviembre— representan el *Big Two*⁶ argentino debido a su preeminencia en el calendario anual en varios sentidos: por convocatoria, cantidad de estrenos, programación en general, nivel organizativo, participación de celebridades nacionales e internacionales (*star-system*), asistencia de realizadores, cobertura mediática y convocatoria de distintos actores involucrados en la industria cinematográfica —agentes de venta, compradores, distribuidores, productores, entre otros. En efecto, esta posición dominante hace muchas veces que estos dos festivales impongan condiciones a los filmes para su estreno y ulterior proyección en el resto de los festivales del país.

⁶ Término que hace alusión al *Big Three* del circuito internacional de festivales, a saber, Cannes, Venecia y Berlín. Se utiliza la expresión *Big Three* porque estos tres eventos representan el conjunto de los eventos más importantes del calendario internacional, sobre todo Cannes —en términos de estrenos. En Cannes se proyectan aproximadamente unos 100 estrenos mundiales por edición que luego se replican en otros festivales. Muchos programadores visitan este evento para después definir sus propios programas. Cannes muchas veces impone sus condiciones para la exhibición ulterior de los filmes, incluso hasta bloqueando los derechos de ciertos productos. Por ello, se dice que el calendario anual de festivales de cine arranca en mayo cuando comienza Cannes.

El MPIFF surgió en el año 1954 como muestra no competitiva y en 1959 se realizó por primera vez como festival competitivo.⁷ Es el único festival latinoamericano acreditado como categoría “A” por la Fédération International des Associations des Producteurs de Films (FIAPF),⁸ rótulo que solamente pueden presumir 15 festivales en todo el mundo, entre ellos, Cannes, Berlín y Venecia. A pesar de algunas interrupciones —la suspensión del evento en la década de 1970, la reanudación en 1996 y una edición frustrada en el año 2000— el festival continúa celebrándose con un total de 33 ediciones hasta 2018 y representa un espacio importante en el calendario anual tanto para la difusión del cine nacional como para el encuentro de distintos actores vinculados al sector audiovisual argentino, regional e internacional.

Por su parte, BAFICI se realiza en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires —capital de Argentina— desde el año 1999 y desde su origen mismo se posicionó como un espacio para la proyección de películas experimentales y alternativas. En su búsqueda de constituirse como una alternativa al MPIFF, no apeló a la acreditación de festival categoría “A” sino que intentó ganarse un lugar como festival pequeño, prestigioso, de calidad y por fuera de un sometimiento al *star-system* (Aguilar, 2016). En este contexto, BAFICI intentó diferenciarse como una ventana de exhibición de las producciones argentinas, no sólo para el público local, sino para el contacto internacional con programadores de festivales internacionales (Rud, 2017).

⁷ Durante las ediciones de la década de 1960, por los sucesivos gobiernos militares y la proscripción al peronismo, el antecedente de 1954 fue rechazado y severamente criticado, principalmente por el nivel de presupuesto gastado y a su funcionalidad como generador de negocios (Kriger, 2004). Durante muchos años, se consideró como primera edición la de 1959. Recién con la restauración del festival en 1996, se recuperó el antecedente de 1954 y se lo revalorizó incorporándolo en la cuenta oficial de ediciones.

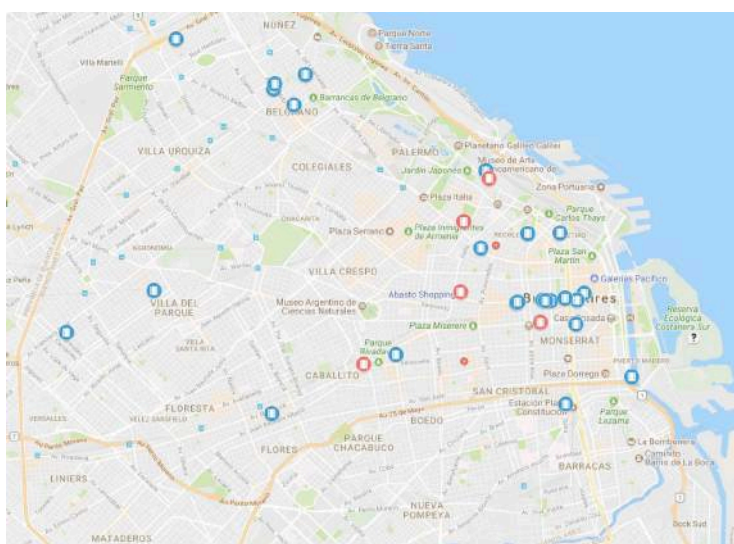
⁸ FIAPF es una organización sin fines de lucro de alcance global que funciona como ente regulador, formula y coordina políticas particulares del sector audiovisual. Entre alguna de sus funciones se encuentra la de clasificar los tipos de festivales en el circuito internacional.

Marco metodológico

La verificación de preguntas e hipótesis iniciales se hará a través de un estudio cuantitativo sobre espectadores de salas comerciales y alternativas de la Ciudad de Buenos Aires realizado en mayo del 2017.

El tamaño de la muestra fue de 866 casos y el trabajo de campo se realizó en las siguientes salas de cine: Espacio INCAA Gaumont, Sala del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), Cinemark Palermo, Hoyts Abasto y Village Caballito (**Figura 1**).

Figura 1. Distribución de las salas de cine del circuito oficial de la Ciudad de Buenos Aires y, en rojo, los cinco espacios relevados con la encuesta.



Fuente: Enfoque Consumos Culturales.

El diseño muestral fue no probabilístico coincidental —selección al azar de las personas que circulaban por las salas— y el instrumento de recolección de datos aplicado fue un cuestionario semiestructurado en el cual al final del mismo se realizaban dos preguntas acerca del nivel de conocimiento y participación en BAFICI y MPIFF (**Figura 2**).

Figura 2

37. ¿Conoce el Festival de Cine de Mar del Plata? ¿Y conoce el Festival de Cine de Buenos Aires BAFICI? Excluyente. Una opción por columna.

a. Mar del Plata	b. BAFICI
01 Sí	01 Sí
02 No	02 No
99 NS/NC	99 NS/NC

38. ¿Asistió en alguna oportunidad al Festival de Cine de Mar del Plata? ¿Y al Festival de Cine de Buenos Aires BAFICI? Excluyente. Una opción por columna.

a. Mar del Plata	b. BAFICI
01 Sí, a una edición	01 Sí, a una edición
02 Sí, a más de una edición	02 Sí, a más de una edición
03 No, nunca	03 No, nunca
99 NS/NC	99 NS/NC

Fuente: Enfoque Consumos Culturales.

Es decir, el nivel de conocimiento y asistencia a los dos festivales dentro de espectadores de salas de cine residentes prácticamente en su totalidad en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires⁹ representa una aproximación útil para responder a la pregunta de investigación inicial: qué incidencia tiene el carácter local de los públicos de festivales en estos dos indicadores generales sobre BAFICI y MPIFF.

Análisis de resultados

El primer emergente empírico es que dicho componente local previamente caracterizado incide indudablemente en los dos indicadores relevados para BAFICI y MPIFF. Entre los encuestados de la Ciudad de Buenos Aires, los

⁹ Menos de un 5% de los encuestados residía en otra ciudad, región o provincia que no sea CABA o GBA.

porcentajes de BAFICI son superiores al MPIFF tanto en conocimiento como en participación. Sin embargo, como se verá a continuación, la brecha se profundiza en esta última variable.

Los siguientes dos gráficos de sectores presentan los resultados acerca del nivel de conocimiento que los encuestados tienen del BAFICI (**Gráfico 2**) y del MPIFF (**Gráfico 3**).

Gráfico 2. Nivel de conocimiento del BAFICI.

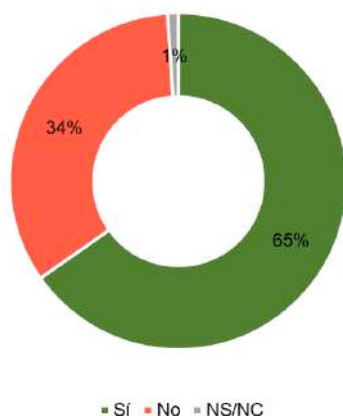
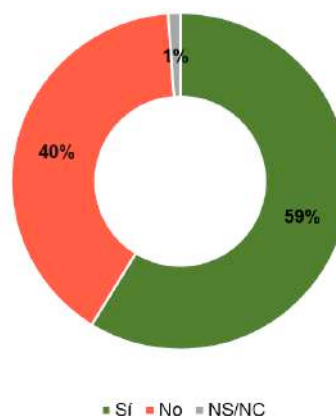


Gráfico 3. Nivel de conocimiento del MPIFF.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

Al observar los resultados, se presenta una diferencia porcentual superior en el conocimiento del BAFICI (65%) sobre el MPIFF (59%) pero leve —del 6%. Un 40% de los encuestados manifestaron no conocer el MPIFF mientras que ese mismo guarismo se reduce al 34% en el caso del BAFICI —aproximadamente 1 de cada 3 entrevistados.

A aquellos que conocían el festival, la pregunta siguiente apuntaba a registrar si en alguna oportunidad habían participado del evento. Si bien dicha pregunta contaba con un filtro —es decir, no contestaban todos los entrevistados sino sólo los que conocían el festival—, a partir de los resultados se puede

reconstruir el peso de estas respuestas al 100% de la muestra y establecer el valor relativo de los distintos tipos de vínculos que un encuestado puede establecer con ambos festivales: (a) no conocerlo; (b) conocerlo pero no haber participado nunca del festival; (c) conocerlo y haber participado en una o más ediciones.

Gráfico 4. Nivel de conocimiento/participación del BAFICI.

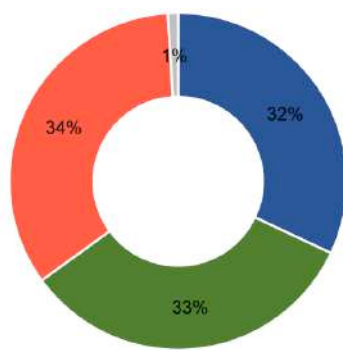
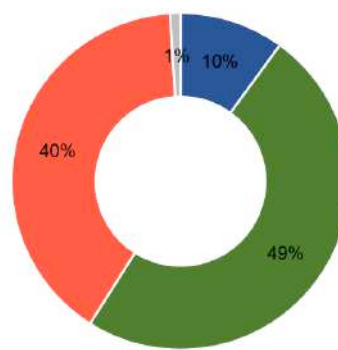


Gráfico 5. Nivel de conocimiento/participación del MIPFF.



■ Asistió ■ Conoce pero no asistió ■ No Conoce ■ NS/NC

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

Solamente 1 de cada 10 encuestados en las salas comerciales y alternativas de la Ciudad de Buenos Aires asistió en alguna oportunidad al MIPFF (**Gráfico 5**). El 4% participó en una sola edición mientras que el 6% restante lo hizo en más de una oportunidad. Otro dato interesante es que prácticamente la mitad de los entrevistados conoce el MIPFF pero nunca tuvo la oportunidad de participar del evento. Por último, como ya se mencionó en el **Gráfico 3**, un 40% todavía no conoce el festival.

Estos guarismos cambian sustancialmente en el caso de BAFICI (**Gráfico 4**). Se puede observar una diferencia de 22 puntos porcentuales entre la participación en alguna oportunidad en el BAFICI y en el MIPFF. En el caso del BAFICI, el 32% de los encuestados participó en alguna edición del festival: el

13% asistió a una sola edición mientras que el restante 19% lo hizo en más de una oportunidad.

La relación entre conocimiento y participación en los dos festivales analizados también puede ser abordada a partir de los *Conversion Rates* (Razones de Conversión). La razón de un número A con respecto a otro número B se define como A dividido B. Las proporciones, de hecho, son un tipo especial de razones donde el denominador es el número total de los casos y el numerador una cierta fracción de aquel. Pero la característica particular de la razón es que suele referirse a casos en los que A y B representan categorías separadas y distintas (Blalock, 1966).

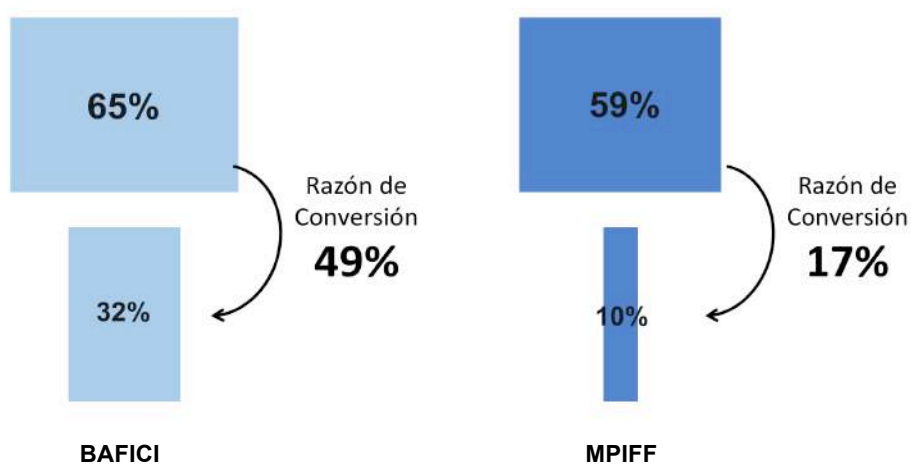
En el caso de este ensayo, A y B representan determinadas categorías:

A = % de participación en alguna edición del MPIFF/BAFICI

B = % de conocimiento en alguna edición del MPIFF/BAFICI

El **Gráfico 6** expone los resultados comparados de las Razones de Conversión en los dos festivales analizados.

Gráfico 6: Razones de Conversión (BAFICI y MPIFF)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

El cálculo de las Razones de Conversión es un simple cociente donde el numerador en este caso es el porcentaje de encuestados que participó en alguna edición del festival y el denominador es el porcentaje de encuestados que mencionó conocer al festival. En el caso del MPIFF, la Razón de Conversión surge de la siguiente operación matemática: $10 / 59 = 0.17 * 100 = 17\%$. De la misma manera, en el caso del BAFICI el cálculo es el siguiente: $32 / 65 = 0.49 * 100 = 49\%$.

El análisis de la información del **Gráfico 6** es contundente y ratifica, mediante otra forma de representar la información, aquello que se venía observando en los gráficos anteriores. El componente local de los públicos de festivales previamente reseñado y la ejecución del trabajo de campo en la Ciudad de Buenos Aires dan como resultado que la Razón de Conversión de BAFICI sea prácticamente el triple que la registrada para el MPIFF.

Análisis de perfiles sociodemográficos

En el análisis de perfiles, las variables sociodemográficas se disponen en las filas y la variable de interés —en este caso, los tipos de vínculos con cada uno de los festivales— en las columnas. Con esta transformación, lo que se intenta es entender si la composición sociodemográfica de un tipo de segmento en particular de los encuestados difiere frente al total de la muestra y dimensionar estas diferencias porcentualmente.

En la **Tabla 1** se puede observar una primera caracterización sociodemográfica. Mientras que a nivel género no se observan diferencias sustanciales, la edad de los encuestados presenta un patrón de comportamiento en ambos festivales. Por un lado, el desconocimiento tanto de BAFICI como del MPIFF se acentúa en los segmentos más jóvenes. Por el otro, la participación se incrementa en los segmentos superiores a los 30 años.

Sin embargo, en el caso del MPIFF, la tendencia hacia la participación se acrecienta en los tramos mayores a 50 años, prácticamente duplicando los porcentajes de BAFICI. Esto podría estar vinculado, como hipótesis alternativa, a la composición de los “festivaleros” en el MPIFF en términos de edad. En los relevamientos realizados por “Enfoque. Consumos Culturales”, la proporción de asistentes al MPIFF mayores a 50 años ha sido del 41% en 2014, nuevamente del 41% en 2015 y del 35% en 2016. Fundamentalmente, lo que se ha comprobado es que también hay un peso importante de los encuestados que son jubilados, principalmente residentes en Mar del Plata.

Tabla 1: Perfiles según Género y Edad.

Principales Diferencias Superiores (% Columna) / Principales Diferencias Inferiores (% Columna)

Género y Edad	Total Muestra	BAFICI			MPIFF		
		No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió	No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió
Masc.	49%	46%	56%	46%	48%	51%	49%
Fem.	51%	54%	44%	55%	52%	49%	51%
12-17	4%	8%	1%	2%	6%	3%	0%
18-29	47%	57%	53%	34%	61%	42%	17%
30-49	33%	24%	46%	40%	24%	38%	40%
50-64	8%	6%	6%	13%	4%	10%	20%
65 o más	8%	5%	6%	11%	5%	7%	23%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

La **Tabla 2** agrega dos análisis de perfil sociodemográfico: el nivel educativo y el nivel socioeconómico (NSE) del encuestado.

Tabla 2: Perfiles según Educación y NSE.

Principales Diferencias Superiores (% Columna) / Principales Diferencias Inferiores (% Columna)

Educación y NSE	Total Muestra	BAFICI			MPIFF		
		No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió	No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió
Prim. Inc.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Sec. Inc.	7%	15%	4%	2%	11%	5%	2%
Terc. Inc.	50%	56%	55%	42%	60%	48%	32%
Terc. Comp. o +	42%	29%	41%	56%	29%	47%	65%
Alto	26%	20%	28%	29%	25%	26%	30%
Medio	60%	63%	59%	62%	59%	63%	62%
Bajo	9%	11%	9%	5%	12%	8%	5%
NS/NC	5%	5%	4%	4%	5%	3%	3%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

En primer lugar, se puede detectar una tendencia entre el nivel educativo de los encuestados y su tipo de vínculo tanto con el BAFICI como con el MPIFF. Entre los que no conocen el festival, los porcentajes de nivel educativo “Terciario Completo o Más” alcanza su mínimo para ambos festivales, 13 puntos porcentuales por debajo de lo registrado en el total (29% frente a 42%). Como consecuencia, aumenta la proporción de los niveles educativos “Secundario Incompleto” y “Terciario Incompleto”.

Por su parte, la participación en alguna edición de los festivales aumenta entre los que tienen nivel educativo superior. El 56% de los que asistieron al BAFICI tienen “Terciario Completo o más” y en el caso del MPIFF ese porcentaje aumenta al 65%. En los dos casos, las diferencias frente al total son significativas (+14 puntos porcentuales para BAFICI y +23 puntos porcentuales para el MPIFF).

La disposición de un capital cultural —con el nivel educativo como indicador proxy del mismo— incide en los niveles de participación en ambos festivales, aspecto que se relaciona también con la posición de los encuestados en términos socioeconómicos (NSE). Si bien en el caso de esta variable las

diferencias son más leves, los estratos socioeconómicos altos (ABC1) son los que en mayor medida participaron de alguna edición de los festivales mientras que esos mismos guarismos se reducen en los estratos bajos (D1D2E).¹⁰

Aproximación al consumo

Un segundo nivel de caracterización de los perfiles está dado por el consumo cinematográfico de los encuestados. En este caso, se utilizarán dos indicadores *proxy*: el tipo de sala en el que fue encuestado y el tipo de sala que prefiere para ver cine. En ambos casos, desde el análisis, se discriminó entre aquellos espectadores más vinculados al circuito comercial de exhibición —complejos multisalas o salas comerciales por fuera de las cadenas— y aquellos más ligados al circuito alternativo —salas como MALBA, BAMA, Espacios INCAA, entre otros—, entendiendo que en este tipo de variables se puede establecer una aproximación a los gustos, hábitos y expectativas de los sujetos con el espectáculo cinematográfico.

Tabla 3: Perfiles según Sala a la que asistió.

Principales Diferencias Superiores (% Columna) / Principales Diferencias Inferiores (% Columna)

Sala a la que asistió	Total Muestra	BAFICI			MPIFF		
		No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió	No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió
Comercial	67%	85%	76%	37%	82%	62%	27%
Alternativa	33%	15%	24%	63%	18%	38%	73%
Hoyts Abasto	28%	46%	30%	10%	42%	22%	8%
Village Caballito	19%	20%	24%	11%	20%	20%	5%
Cinemark Palermo	19%	20%	22%	16%	20%	20%	14%
MALBA	12%	2%	8%	25%	5%	13%	29%
Gaumont	22%	12%	16%	38%	13%	25%	44%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

¹⁰ Tener en cuenta que, en sí mismo, el peso del nivel bajo (D1D2E) en el total de la muestra es solamente de un 9%, lo que confirma una vez más la perennidad de los procesos de “elitización” (Moguillansky, 2007) en el acceso al espectáculo cinematográfico de la Ciudad de Buenos Aires.

La **Tabla 3** arroja resultados evidentes acerca de la relación estrecha entre el tipo de sala a la que asistió el encuestado de la Ciudad de Buenos Aires y el tipo de vínculo que establece con los festivales. Tanto en el caso del BAFICI como del MPIFF, los valores de participación en alguna oportunidad aumentan entre aquellos encuestados de salas alternativas —MALBA o Gaumont. Si en el total de la muestra este segmento representa el 33%, entre los que asistieron en alguna oportunidad al BAFICI crece al 63% y entre los que asistieron al MPIFF alcanza el 73%.

En contrapartida, los porcentajes de desconocimiento de los festivales son más acentuado entre los encuestados de salas comerciales —Hoyts Abasto, Village Caballito y Cinemark Palermo. Un 85% de los que desconocen BAFICI y un 82% de los que desconocen MPIFF provienen de salas comerciales, en ambos casos con diferencias porcentuales significativamente frente al 67% del total de la muestra. Particularmente, la sala que más contribuye a estos resultados es Hoyts Abasto.

Tabla 4: Perfiles según Tipo de Sala que prefiere.

Principales Diferencias Superiores (% Columna) / Principales Diferencias Inferiores (% Columna)

Tipo de Sala Preferida	Total Muestra	BAFICI			MPIFF		
		No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió	No Conoce	Conoce pero no asistió	Conoce y asistió
Complejos Multisalas	60%	76%	66%	38%	74%	55%	31%
Otras Salas comerciales	3%	2%	2%	4%	3%	3%	5%
Alternativas (MALBA, BAMA)	7%	1%	4%	16%	2%	9%	17%
Espacios INCAA	17%	9%	13%	30%	10%	19%	37%
No tengo preferencia	9%	9%	11%	8%	10%	10%	7%
NS/NC	3%	3%	4%	3%	2%	4%	2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Enfoque Consumos Culturales.

El perfil del segundo indicador *proxy* a los consumos cinematográficos —tipo de sala que prefiere— se puede observar en la **Tabla 4**. Con un patrón similar

a la tabla anterior, entre los encuestados que desconocen el BAFICI o el MPIFF hay un peso mayor de los que prefieren los complejos multisalas: 76% y 74% respectivamente. Estos dos porcentajes son significativamente superiores al total de la muestra (60%).

En cambio, los que en alguna oportunidad participaron del BAFICI o del MPIFF tienen una tendencia a preferir en mayor medida las salas alternativas y los espacios INCAA. Si en el total de la muestra estas dos elecciones representan el 7% y el 17% respectivamente, los porcentajes crecen para los espectadores que participaron de alguno de los festivales.

Reflexiones finales

El presente trabajo, enmarcado desde la perspectiva de los consumos culturales e inserto dentro del campo de los estudios sobre festivales de cine —*Film Festival Studies*— intentó recuperar una dimensión de análisis trascendental para comprender los procesos de apropiación, usos y consumos de los festivales por parte de sus públicos: la importancia de lo “local”.

Desde esta mirada, se analizaron los resultados de un relevamiento cuantitativo sobre 837 asistentes a salas comerciales y alternativas de la Ciudad de Buenos Aires para entender el vínculo que establecen estos espectadores con los dos principales festivales de Argentina: BAFICI y MPIFF.

En primer lugar, se detectó que a pesar de que la leve diferencia entre los niveles de conocimiento de BAFICI (65%) y MPIFF (59%), la relación entre aquellos que participaron en alguna edición de los festivales y los que lo conocen favorecía claramente a BAFICI, justamente por tratarse de un estudio realizado en la propia Ciudad de Buenos Aires. La Razón de Conversión del BAFICI fue del 49%, prácticamente el triple de lo registrado por el MPIFF (17%).

En segundo lugar, se caracterizaron los perfiles sociodemográficos y de consumo cinematográfico entre los distintos tipos de vínculos que un encuestado podía establecer con los festivales: (a) no conocerlo; (b) conocerlo pero no haber participado nunca; (c) conocerlo y haber participado en una o más ediciones.

Específicamente se pudo comprobar ciertas tendencias sociodemográficas que se repetían para ambos festivales, sobre todo, el impacto de la edad, el capital cultural —aproximado por el nivel educativo— y el nivel socioeconómico. Pero los patrones se acentuaban en relación al consumo cinematográfico —discriminando entre salas comerciales y alternativas según la sala a la que asistió y la sala preferida. Los valores de conocimiento y participación para ambos festivales aumentaban entre los públicos más ligados al circuito alternativo de exhibición.

En síntesis, los festivales de cine ponen de manifiesto una compleja intersección entre lo “local” y lo “global” que debe seguir profundizándose en nuevas investigaciones. Pero también se demostró que no debe ser el único elemento a considerar: se comprobó que hay ciertas características sociodemográficas y, en particular, ciertos aspectos ligados a los gustos, expectativas y consumos cinematográficos que condicionan la relación de los espectadores con los festivales.

Este trabajo intentó contribuir desde la vía empírica a un conocimiento más profundo de la relación entre espectadores y espacios de exhibición, una indagación muchas veces olvidada por los estudios sobre cine y sobre la cual queda aún mucho camino por transitar.

Bibliografía

Aguilar, Gonzalo (2016). "Buenos Aires. El Bafici: festivales y transformaciones urbanas" en Adrián Gorelik y Fernanda Areas Peixoto (compiladores), *Ciudades americanas como arenas culturales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Bauer, Olga (2006). *Fund-Rising for Film Festivals in Europe*. Tesis de Maestría (Erasmus University Rotterdam).

Blalock, Hubert M. (1966). *Estadística social*. México: Fondo de Cultura Económica.

Borello, José A.; Leandro González; Lucía Rud y Gabriel Yoguel (2018). "La exportación de cine argentino en el circuito comercial internacional. Prácticas, mercados y políticas" en *Programa de investigadores de la Secretaría de Comercio de la Nación, Documento de trabajo número 26*.

Campos, Minerva (2018). "Lo (trans)nacional como eje del circuito de festivales de cine. Una aproximación histórica al diálogo Europa-América Latina" en *Imagofagia*, número 17, abril. Buenos Aires: Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual (AsAECA). Disponible en: <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/issue/view/33/showToc> (Acceso: 19 de diciembre de 2018).

De Angelis, Carlos y Ana Wortman (2017). "El dinero es lo de menos. A propósito del público del Festival BAFICI". Borrador. Descargado de: <https://uba.academia.edu/AnaWortman>

De Valck, Marijke (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Dickson, Lesley-Ann (2014). *Film Festival and Cinema Audiences: A Study of Exhibition Practice and Audience Reception at Glasgow Film Festival*. Tesis doctoral (University of Glasgow).

García Canclini, Néstor (1999). "El consumo cultural: una propuesta teórica. México" en Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

González, Leandro (2017). "Desafíos y oportunidades para la industria audiovisual. Sobre la articulación de las políticas locales, nacionales y regionales en Argentina". Trabajo presentado en Jornadas de Estudios en Cultura y Comunicación, 18-20 abril, IDAES- UNSAM.

____ (2018). "Cruzando el Atlántico: cine argentino en España" en *Imagofagia*, número 17, abril. Buenos Aires: Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual (AsAECA). Disponible en: <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/issue/view/33/showToc> (Acceso: 19 de diciembre de 2018).

Kruger, Clara (2004). "Inolvidables jornadas vivió Mar del Plata. Perón junto a las estrellas" en *Archivos de la filmoteca: Revista de estudios históricos sobre la imagen*, número 46.

Park, Jowon, Guiok Lee y Minkyung Park (2011). "Service Quality Dimensions Perceived by Film Festival Visitors" en *Event Management*, número 15.

Moguillansky, Marina (2007). "El cine en la Ciudad de Buenos Aires en un contexto de transformaciones globales" en *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales – Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Rodríguez Isaza, Laura (2012). *Branding Latin America. Film Festivals and the International Circulation of Latin American Films*. Tesis doctoral (Centre for World Cinemas, School of Modern Languages and Cultures, The University of Leeds).

Rud, Lucía (2017). "Co-produciendo al otro lado del mundo. Relaciones transnacionales entre las industrias cinematográficas de Argentina y Corea del Sur en los festivales de cine". Trabajo presentado en el VIII Encuentro de Estudios Coreanos en América Latina. Universidad de San Pablo San Pablo, Brasil.

____ (2018). "Transnationalism in Korean-Argentine Cinema: International Co-Productions and Cinematic Representation". Trabajo presentado en el 9th World Congress of Korean Studies. Academy of Korean Studies, Corea.

Soria, Carolina (2016). "Cine (Trans) nacional: festivales de cine y marcas de identidad" en *Nuevo mundo. Mundos nuevos*, Imágenes, memorias y sonidos, 10 de octubre. Disponible en: <http://journals.openedition.org/nuevomundo/69765> (Acceso: 19 de diciembre de 2018).

Stringer, Julian (2008). "Global Cities and the International Film Festival Economy" en Mark Shiel y Tony Fitzmaurice, *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*. Oxford: Blackwell Publishers.

Otras fuentes

Enfoque Consumos Culturales. Disponible en: <http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/>.

"Consumo y percepciones de cine argentino. Públicos reales y potenciales entre asistentes a salas de cine en la Ciudad de Buenos Aires". *Enfoque Consumos Culturales* (2017). Disponible en: <http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/investigaciones-realizadas/>.

"Anuario 2017". Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Disponible en: <http://www.incaa.gov.ar/>.

"Mapa Festivales Nacionales". Coordinación de Festivales Nacionales. Gerencia de Acción Federal. INCAA. Disponible en: <http://www.incaa.gov.ar/sin-categoria/mapa-de-festivales-nacionales>

* Juan Manuel Alonso es licenciado en Comunicación por la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) y Magíster en Metodología de la Investigación Social por la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF). Se desempeña como Director de Investigación en una consultora privada de investigación de mercado y es docente de Estadística en la Universidad Nacional de Moreno (UNM), del Seminario de Investigación de Mercado y Opinión Pública (UNGS) y del Seminario de Usos Sociales de las Tecnologías (UNGS). En su tesis de maestría realiza un abordaje empírico y cuantitativo sobre públicos del Festival Internacional de Cine de Mar del Plata (MPIFF). Es investigador asociado a Enfoque Consumos Culturales, una asociación sin fines de lucro que realiza investigación aplicada sobre consumos culturales.
E-mail: jmalonso@campus.ungs.edu.ar