

Sincronía Crítica

Un abordaje sobre la producción escénica porteña en tiempos de
comunicación digital

Beca de finalización de Maestría y Doctorado 2021/2022

Tesis para optar por el título de Magister en Crítica y difusión de las artes

Director: Dr. Mariano Zelcer

Área Transdepartamental de Crítica de Artes

Universidad Nacional de las Artes

Lic. Gustavo Friedenber

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

2023

Índice

1. Introducción, presentación del problema y estado del arte	3
1.1 Problema y recorte de objeto	5
1.2 Sintonizar una definición de crítica	11
2. Encontrar la danza como objeto de arte y consume	18
2.1. Particularidades de la danza y la crítica que las aborda	18
2.2. Tres circuitos de producción	26
2.3. Relevamiento de salas y espacios teatrales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	39
2.4. Listado de obras de danza en cartel noviembre de 2021	44
2.5. Una guía para encontrar la danza en los medios	47
2.5.A. Medios especializados en danza	49
2.5.B. Medios no especializados en danza con secciones específicas	52
2.5.C. Algunas conclusiones	62
3. Los medios y la danza	72
3.1. La crítica de la crítica	72
3.2. La construcción de una narrativa sobre la escena porteña	79
3.3. La construcción de un enunciatario	85
4. Hacia una nueva mirada crítica	88
4.1. Los artistas y su relación con la crítica	88
4.2. Crear un consumidor/ Crear una crítica que falta	97
4.3. Mundo digital	105
4.4. Hegemónicos versus independientes	114
5. Hacia un proyecto de crítica digital sobre danza	126
5.1. Generalidades respecto de los <i>tubers</i>	127
5.2. Ejemplos encontrados de propuestas con temáticas similares	131
5.3. Consideraciones surgidas del modelo <i>Booktuber</i>	141
5.4. Pautas para el diseño del canal	150
5.5. La proyección de un espacio virtual para la crítica de danza	153
5.6. Consideraciones acerca de redes y los dispositivos que nos dan acceso a ellas	163
5.7. Consideraciones respecto del aspecto económico alrededor de la crítica	169
6. Sintonía Crítica	176
6.1. La creación del canal y sus primeras publicaciones	181
Post Scriptum	185
Bibliografía	188

Sincronía Crítica

1. Introducción: presentación del problema y estado del arte

Navegando en el repositorio de la Universidad Nacional de las Artes que, por ser centro de formación y desarrollo académico con un departamento expresamente dedicado a la crítica, contiene una parte importante de las reflexiones actuales acerca del asunto que nos interesa y convoca, encontramos un trabajo que plantea desde su introducción una preocupación que compartimos y que se erige como la base de esta investigación. En su introducción, Guadalupe Álvarez de Araya Cid escribe:

En el estado actual de la investigación, los estudios sobre la Historia de la Crítica de Artes han alcanzado un cierto desarrollo en México, Venezuela, Brasil y Argentina.

Desgraciadamente, esas investigaciones que han sido producto ante todo de tesis de grado de licenciatura, magister o doctorado, se encuentran recluidas en las bibliotecas de las universidades que las han patrocinado; por lo mismo, han tenido escasa difusión continental y, cuando han sido publicadas en formato de libro, éste resulta inaccesible para otros investigadores continentales... (Álvarez G. d., 2012, pág. 2)

El enfoque de Álvarez es particularmente interesante cuando sostiene que la inclusión de la crítica –la autora se refiere específicamente a la literaria– como ejercicio en las universidades latinoamericanas, constituyó no sólo un principio metodológico de aproximación al fenómeno sino que incidió cualitativamente en la naturaleza de sus resultados determinando la forma del pensamiento contemporáneo en América Latina (Álvarez G. d., 2012, pág. 4) De modo que Álvarez reivindica el valor de la investigación universitaria en su capacidad de conformar un encuadre práctico y analítico que, a mediano o largo plazo, acaba incidiendo en la producción de su objeto de estudio. Sin embargo, lo que más nos interpela de su enfoque es la forma en que identifica y destaca esa suerte de destino que concierne a gran parte de las investigaciones académicas de los campos humanísticos y sociales: funcionan, interesan y benefician únicamente en el contexto de universidades o centros de investigación a pesar de que tendrían el potencial de impactar directamente en un público mucho más extenso y heterogéneo.

Precisamente por ello, y aun siendo gestado como tesis de posgrado en el marco de una universidad, este trabajo fue impulsado con la intención determinante de proyectarse hacia fuera del ámbito estrictamente académico, con el fin de materializarse en algo que, lejos de mantenerse a la espera de ser rastreado por investigadores y académicos, sea capaz de salir al encuentro de cualquiera que sienta curiosidad –ya sea profesional o por afición –por las artes escénicas y/o la crítica de arte. Podría decirse que esta preocupación alcanza todos y cada uno de los niveles que hacen a la producción, el estudio, la investigación y el consumo de la danza en Argentina. En su presentación del programa

“Dramaturgias en la Danza Contemporánea” del Centro Cultural Sur (2022), la Licenciada en composición coreográfica, docente, Magíster en antropología y doctoranda en artes Mariela Ruggeri, manifestó que la importancia de dicho programa no radica únicamente en su capacidad para “alojar, contener, producir y difundir las producciones artísticas de la danza local, sino también de poner en valor la teoría sobre el conocimiento que generan esas prácticas, pensadas no solo como material de archivo que perdure en el tiempo, sino también, como circulación de la palabra de los artistas con su entorno social”.

Como señala citando a Artaud, la célebre dramaturga Griselda Gambaro en un precioso texto acerca de la vanguardia del teatro argentino que es, sin dudas, un profundo trabajo de crítica: “el deber del escritor, del poeta, no es ir a encerrarse cobardemente en un texto, en un libro, en una revista, de los que ya nunca más saldrá, sino al contrario, salir afuera, para sacudir, para atacar al espíritu público, si no, ¿para qué sirve? ¿Y para qué nació?” (Gambaro, 1970, pág. 324)

Seguramente esto convierta la presente tesis en una propuesta atípica en el contexto en que se presenta, que encuentra entre sus objetivos la posibilidad de sentar bases, teóricamente justificadas que sirvan al desarrollo y diseño de nuevos objetos que permitan vehiculizar la crítica de artes escénicas en una coyuntura de vacancia y oportunidad, pero también como una acción necesaria que colabore con el posicionamiento de la crítica de artes en un rol de relevancia e interés, catalizador de reflexiones, vinculante entre las producciones artísticas y sus consumidores, portador de riqueza autónoma y asumiendo que el modo en que se comporta y conocemos la crítica de artes así como los medios y canales que la contienen, necesita asumir desafíos y transformarse a la par que lo hace su objeto de estudio, las prácticas de consumo y todo aquello que rodea la producción artística. Se trata de una mutación imperante que, como sostiene Oscar Steimberg, implica que la crítica incorpore las tensiones de su campo como problema constitutivo y tema desencadenante, y entonces, también, la reflexión sobre los cambiantes modos de sus objetos, comportando efectos incluso en los tonos de su enunciación (Steimberg, 2018) Sostenemos que la crítica debe cambiar su forma contingente para evolucionar con su objeto, habilitando en esa transformación nuevos procesos de producción de sentido.

1.1. Problema y recorte de objeto

De todos los objetos que pueden ser abordados por la crítica de arte, aquí nos ocuparemos de las artes escénicas y, más específicamente, de la danza. Su materialidad convierte a sus producciones en objetos peculiares que no pueden ser abordados del mismo modo que otras disciplinas en arte como la plástica, la música e inclusive el cine, que ofrecen como resultado final un objeto constituido permanente y que, además, es factible de ser reproducido sin alterar su aspecto. Tal como sostiene la crítica e investigadora Ana Seoane, “no hay video ni DVD que pueda reemplazar la vivencia, la energía que despliega el intérprete y que sólo toca al que está enfrente” (Seoane, 2010, pág. 26). Indefectiblemente la materialidad del objeto define sus posibilidades de circulación y consumo, y esto es extensivo también a la crítica.

La ciudad Autónoma de Buenos Aires presenta un caso singular en virtud de la exuberante cantidad de espectáculos de teatro y danza que alberga;¹ sin embargo, en cuanto a esta última refiere, no presenta una diferencia sustancial respecto al modo en que se programan las presentaciones en otras grandes ciudades: temporadas cortas de pocas funciones en cualquiera de sus tres ejes de producción: independiente, oficial y comercial. Si, tal como sostiene Daniela Koldobsky, consideramos a la crítica un género periodístico (Koldobsky, 2010) y, siguiendo a José Luis Petris y Rolando Martínez Mendoza, coincidimos en que los medios gráficos son por tradición aquellos que han alojado y desarrollado la mayor producción de crítica de obras escénicas (Petris y Martínez Mendoza, 2014) debemos también observar que lo efímero de los espectáculos de danza ha constituido desde siempre un conflicto por incompatibilidad frente a los tiempos editoriales de los medios gráficos, particularmente de los especializados, que son los que confieren un espacio mayor y más propicio para el buen desarrollo de la crítica. Revistas tradicionales como *Balletindance*, la revista argentina de danza, o *Sobrebue*, recomendador de artes y espectáculos, solían manejarse² con una única edición mensual

¹Ver: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/la-ciudad-con-mas-teatros-del-mundo-nid1074260/> [Consulta: 15/02/2022]. Si bien al momento de ser citado, han pasado varios años de la publicación del artículo, el mismo ofrece una excelente reseña de la cantidad de salas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en comparación con la de las ciudades del mundo con mayor actividad teatral; con algunas actualizaciones necesarias, el artículo sigue reflejando la situación vigente.

² Decimos solían porque la pandemia que comenzó en 2020, modificó y aceleró un proceso que aún no estaba definido hacia fines de 2019, cuando *Balletindance* y *Sobrebue* estaban cuestionando su formato impreso al tiempo que daban curso a sus propias ediciones digitales. Este proceso es extensivo a la mayoría de las publicaciones que suspendieron totalmente su producción, o bien, cuanto menos dejaron de imprimir. Como caso extraordinario, la revista *Llegás*, volvió a publicar en papel en Septiembre de 2021. Por otra parte, tomamos como ejemplo las primeras dos publicaciones que, si bien y como se expresará más adelante, no son revistas de Crítica, lograron un posicionamiento contundente en la difusión y comentario de las artes escénicas a través de su presencia física en espacios, que no es comparable al de ninguna otra publicación similar.

que, con la lógica del boletín informativo o cartelera, sólo publicaban artículos acerca de producciones vigentes al momento de salida de las revistas. Es decir, que gran parte de las producciones programadas en una cantidad acotada de funciones y en un período de tiempo relativamente breve –especialmente las independientes– quedaban por fuera de aquellas publicaciones que normalmente las abordarían. Un espectáculo que se presentara en formato de dos o tres funciones seguidas en una única semana, en el mejor de los casos, lograba ser incluido como entrevista o como una suerte de comentario a partir de la visita del crítico a un ensayo previo al estreno, muchas veces, sin puesta de luces ni vestuario y caracterización.

Evidentemente esta problemática específica del producto impreso puede resultar hoy anacrónica frente la popularización y proliferación de Internet y canales digitales que, a través de sus portales, pueden publicar indefinidamente sin el condicionamiento de una fecha límite para impresión y con una extensión ilimitada de contenido:

La Web permite libertades impensables en el medio gráfico, como la del espacio. Si uno lo desea, no existe el “demasiado largo”. Lo mismo ocurre con la idea de “producto terminado”. Si bien ha ocurrido por ahora pocas veces, es posible modificar lo escrito cuantas veces se desea. Si cuatro críticos han visto la misma obra, las notas se interlinkan,³ uniendo los diferentes puntos de vista como por un hilo. Las nociones de espacio y tiempo se modifican notablemente, y cuanto más consciente uno pueda ser de esto, más es posible aprovechar las potencialidades del medio (Braude, 2010, pág. 47)

Pero también es cierto que esa incalculable multiplicación de posibilidades que habilita la circulación digital impone nuevos conflictos; si la virtualidad ofrece una amplia democracia según la cual, cualquiera es libre de publicar en su canal, blog, muro o perfil todo lo que se le ocurra, es esa misma exorbitante producción de contenidos singulares la que le resta valor al conjunto, manteniendo la gran mayoría en un extenso anonimato que no sólo no garantiza el consumo de lo publicado, sino siquiera el registro de su existencia.

Para Fernanda Cappa, las posibilidades del nuevo soporte habilitan una “mayor dispersión y desespecificación de la crítica como institución (ligada al efecto Web de nivelación y “democratización”):

Hablamos a la vez de dos problemas: la constitución de la voz del crítico como palabra autorizada y la distinción de la crítica del habla valorativa cotidiana mediatizada (la diferencia constitutiva entre crítica y opinión) (Cappa, 2010)

³ En un formato analógico, el periodista Lucho Bordegaray hacía esto mismo a través de su revista Montaje Decadente (2011-2013) en la que se elegía una obra, se realizaba una producción fotográfica exclusiva para la tapa de la revista y se invitaba a tres personas a escribir sus artículos en forma individual, los cuales luego se publicaban todos juntos.

Según su experiencia con el portal *Imaginación Atrapada*, Braude sostiene que la Web es tan autoritaria como democrática y que la presencia en buscadores así como el posicionamiento en diferentes fuentes de visitantes, supone una lucha inversamente proporcional a lo sencillo que es hoy tener un sitio. Es que, precisamente, el problema que supone tal extensión de producciones en permanente surgimiento es, tal como sostiene Cappa citando a Cingolani,⁴ la dificultad de distinguir los discursos e institucionales tradicionales de la crítica, del conjunto indeterminado de discursos pseudocríticos con la forma de mediatización del habla valorativa cotidiana. Por su parte, y podemos tomarlo como un interesante dato de color, la popular Wikipedia reserva para toda la crítica publicada en portales especializados que no sean los grandes diarios, el término de pseudocríticas, sin atender a su contenido.⁵ De modo que, más allá de los formatos y el tipo de análisis o reseña que incluyan, lo que comienza a ponerse en primer plano es el proceso de legitimización según el cual algunas críticas ostentan mayor prestigio –y visibilidad– que otras.

Esto nos exigirá reflexionar acerca de conceptos como hegemonía, en relación con los nuevos medios y su tensión con los tradicionales grupos de poder, así como atender a la disminución del hábito de la lectura, tal como lo indican los relevamientos de prácticas de consumo cultural. Si los artículos digitales deben ser cortos –y cada vez más cortos– para no espantar a un consumidor digital medio, ¿cómo profundizar o abordar un desarrollo analítico más o menos complejo acerca de una pieza de arte? Y luego, ¿cómo destacar dicho contenido para que provoque algún impacto entre un incontable número de canales de circulación similar? Para Ana Seoane, la encrucijada de los críticos hoy radica justamente en cómo encontrar herramientas y poder seguir procesos para analizar la teatralidad, más allá de los resultados; *“cómo mantener un espacio en cada uno de nuestros espacios de trabajo y que el mismo tenga dignidad”* (Seoane, 2010, pág. 27)

En cuanto a ganar notoriedad, el recurso efectivo parece seguir siendo la inclusión de líderes de opinión; una denominación que hoy apunta a los llamados *influencers*. Su naturaleza o el proceso de edificación de estos personajes puede ser diferente del proceso que implicaba convertirse en líder de opinión para alguien cuyas apariciones se centraban en la radio, televisión o publicaciones gráficas, pero, en cualquier caso, se trata siempre de una construcción compleja que requiere todo tipo de recursos, tiempo, estrategias de posicionamiento... y también suerte (la *viralización* de un contenido puede producir fenómenos insospechados a una velocidad asombrosa e inquietante, pero no es menos

⁴ El texto Citado por Cappa es Cingolani, G. (2007) “Crítica de medios: aproximaciones a la discursividad 'intramediática'”, presentado en XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Escuela de Comunicación Social – Facultad de Ciencia Política y RRII - Rosario

⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%ADtica_period%C3%ADstica [Vista: 18/10/2020]

cierto que cualquier buena *racha* viene acompañada –en simultáneo o en forma inmediatamente posterior– de una importante inyección de dinero y auspicios que son los que consolidan ese camino al *éxito*).

Pero esta suerte de estrategia de distinción y posicionamiento –dejaremos esta asunto a los especialistas en *marketing*– no se reduce únicamente a encontrar o construir una figura creíble que oficie de rostro visible de un proyecto, sino que forma parte de un proceso que no puede separarse de los formatos tradicionales, y que exige al mismo tiempo su adaptación –incluimos en esta categoría a los audiovisuales– a un contenido diseñado específicamente para los canales y dispositivos digitales que le den soporte. Si ya hace tiempo que existen antecedentes de contenidos críticos en televisión abierta y de cable,⁶ también es cierto que, ya sea por los tiempos que manejan, o por el estilo y el perfil de los intelectuales de la cultura que los conducen, ninguno de los casos encontrados –en televisión abierta, cable y/o a través de sus reproducciones en YouTube– parece compatible con lo que funciona para los actuales medios y consumos digitales; en oposición al concepto de liviandad y espontaneidad que parece dominar el mundo de YouTube, Instagram y Twitch, estos pioneros programas audiovisuales de crítica arrastran su peso como un lastre anacrónico que no les permite adaptarse ni empatizar con los nuevos consumidores de teatro y/o de redes. Si las artes escénicas son disciplinas que se encuentran en permanente transformación, lo que en realidad ha quedado desfasado es cierta forma de abordaje de la crítica y su posterior consumo. Así lo indica la más reciente Encuesta Nacional de Consumos Culturales realizada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA)

...la digitalización y la portabilidad favorecieron una modalidad de consumo ágil y con prevalencia de contenidos breves (...) Nuestro tiempo de atención exclusiva se vuelve cada vez más escaso. Es por eso que se ven sumamente afectadas prácticas (...) que implican desplazamientos, un costo específico de dinero y atención completa del espectador... (SINCA, 2017, pág. 6)

Efectivamente, programas como *Otra trama* conducido por Osvaldo Quiroga, requieren de un espectador atento que se siente frente al televisor a consumir el contenido con toda su atención, al menos durante el tiempo que dure cada segmento. Se trata de producciones que siguen un formato tradicional de TV y cuyo prestigio se encuentra ligado fundamentalmente al de los presentadores que los conducen, un prestigio que probablemente sea efectivo en un número cada vez más reducido de espectadores, en general, mayores de 40 años. En cambio, hace una década, la televisión con sus cinco canales abiertos seguía estando a la cabeza en los índices de consumo mediático, y las

⁶ Otra trama, el programa de Osvaldo Quiroga emitido por Televisión Pública, es seguramente el ejemplo más notable

figuras eran más o menos reconocidas por cualquiera, aún si no se era consumidor directo de televisión. Hoy el concepto de figura es otro y sólo se lo es en un determinado contexto y formato de pertinencia, y entre quienes hacen consumo de cada producto específico. De modo que lo que se pone en juego no es solamente si el personaje en cuestión puede ser reconocido como líder de opinión, sino también, para cuántos segmentos de audiencia vale este reconocimiento. En cualquier caso, sigue siendo necesaria la construcción de autoridad sobre la persona, que depende de lo que podríamos llamar agentes legitimadores. Así es como un crítico cuyas notas son publicadas en el diario Clarín, está siendo validado por ese diario, aun si el diario aclara que las opiniones expresadas en el artículo no reflejan necesariamente su posición. En la jerga popular, ese crítico pasará a ser “el de Clarín”. Por el contrario, existen casos de validación inversa como la columna que tiene el actor y dramaturgo Rafael Spregelburd en el diario Perfil, a través de la cual, es él como artista consagrado quien valida la sección cultural del diario, y no al revés. En todo caso, dicha publicación le dará mayor popularidad frente a una nueva audiencia que, tal vez, antes no lo conocía.

Sin embargo y como veremos más adelante, hoy todos esos tradicionales agentes de legitimación se encuentran en una posición inestable y de permanente tensión en relación con nuevos agentes; tal y como se ha expresado, no funcionan de la misma manera para cada medio y cada grupo de consumo. En el caso concreto de la crítica de arte que circula en diarios, los casos varían según medio y crítico o periodista, pero es innegable que su histórica posición hegemónica está hoy en tensión, reproduciendo procesos similares a los que atraviesan los medios que deberían officiar de agentes legitimadores.

Cuando pensamos en agentes legitimadores, lo hacemos siguiendo a Lorena Verzera y Yanina Leonardi que, ya por el año 2010, cuando el volumen de consumo digital no había alcanzado las cifras y características que tiene hoy, se preguntaban por la entidad y validez de los mismos, en un mundo regido por la mercancía cultural: factor determinante de las diferentes relaciones de tensión entre los discursos críticos que luchan por el reconocimiento y el prestigio social (Verzera y Leonardi, 2010, pág. 42)

La pérdida de reconocimiento social de instancias o instituciones tradicionalmente legitimadoras (como los partidos políticos, las publicaciones especializadas e, incluso, la universidad), sumada a la sobrevaloración de la visibilidad de los espacios parainstitucionales (entre los que la televisión ocupa el lugar central), ha definido un mapa de legitimación liderado por la lógica del mercado. Es decir, la batalla por el capital simbólico será ganada por aquellos discursos que sepan adaptarse a las reglas del mercado. Aquellas voces que logren un espacio en los circuitos parainstitucionales poseerán mayor capacidad de persuasión y, por ende, mayor prestigio (Verzera y Leonardi, 2010, pág. 44)

De modo que se superponen aquí dos tipos de tensión diferentes sobre los que deberemos volver y que suponen, por un lado, una revisión de la relación entre los medios tradicionales hegemónicos y los emergentes, y por el otro, del posicionamiento de la voz de un discurso crítico en tanto construcción académica-intelectual o mediática-popular.

Si bien no da cuentas específicas sobre la crítica de artes, un informe acerca de la mediatización de las artes escénicas publicado en marzo de 2021 refleja el modo en que los diferentes espectadores se informan respecto de la oferta cultural, lo que incluye inevitablemente la crítica, especialmente si la entendemos también como una forma de difusión. El mismo fue realizado durante el primer año de pandemia y sin embargo, podría decirse que expresa un comportamiento estable respecto a las fuentes de información elegidas, sin grandes diferencias con los hábitos anteriores al ASPO y DISPO⁷ o su expectativa a futuro. De hecho, el 97% de las personas consultadas afirman que asistían a obras de artes escénicas en los últimos años antes de la pandemia y el 57% de ellos asegura ejercer un consumo intensivo (una vez al mes o más):

Las referencias a canales tradicionales como diarios, radio y televisión y medios especializados como Alternativa,⁸ emails de las salas y acciones de prensa y difusión de las obras crecen con la edad de las personas encuestadas. En cambio, la recomendación y el acceso a la información a través de Instagram y Twitter recibe mayores porcentajes entre los consultados de 18 a 29 años. Facebook tiende a ser más mencionado en los rangos de 30 a 49 y 50 a 64 años. (Alternativa Teatral y Enfoque Consumos Culturales, 2021, pág. 64)

El Teatro Nacional Cervantes también publicó un informe en 2018, según el cual el 98% de su público se informa por algún medio de comunicación para organizar sus salidas culturales, predominando los digitales (páginas web y redes sociales como Facebook en primer lugar y Twitter en segundo lugar). Si el consumo de información a través de los diarios en papel continúa vigente –más que las versiones *online*– poco peso tienen la vía pública, la televisión, el correo electrónico y los medios barriales.

De estos datos se desprende que sigue existiendo una demanda de información, recomendación y reflexión por encima de las interpersonales y directas, en un contexto en el cual los consumidores se remiten cada vez menos a las fuentes tradicionales, y muestran mayor predilección por las redes sociales. Se trata de un comportamiento que varía según edad, sexo y estrato social, con preferencias dentro de las diferentes redes pero que refleja las mutaciones en el consumo de medios tradicionales en general y, en particular, el uso e interés que suponen las secciones de cultura, espectáculos o crítica.

⁷ Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio / Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio.

⁸ Se refiere al portal alternivateatral.com

1.2. Sintonizar una definición de crítica

Ahora bien, para avanzar es preciso llegar a un acuerdo acerca de a qué nos referimos cuando hablamos de crítica de arte. Definitivamente, aquí no lo interpretaremos como un concepto cerrado y esperamos que sus múltiples sentidos sigan mutando conforme lo haga el arte, lo que se revela inherente a su propia naturaleza; el arte como forma de expresión humana, está destinado a dar cuenta de los procesos que atraviesan los individuos y las sociedades de las que forman parte. Tal y como lo afirman Steimberg y Traversa: el campo de trabajo de la crítica *está entre los que han pasado a existir en estado de permanente redefinición* (Steimberg y Traversa, 2010)

De entre todos los posibles textos con características diferentes que pueden ser tenidos en cuenta, en este trabajo consideraremos crítica a todos aquellos que contengan reflexión o insten a la reflexión en el sentido de dialogar con su objeto; que construyan un punto de vista desde el cual indagarlo a la vez que trabajen una puesta en relación con todo aquello que lo rodea y constituye. Lejos de pensar que la palabra crítica queda reservada únicamente a un puñado de voces autorizadas, sostenemos que cada texto crítico construye uno entre incontables abordajes posibles, cuya trascendencia radicará en su capacidad de intervenir y dinamizar la actividad cultural como un conector-potenciador entre los distintos agentes involucrados y, parafraseando a Barthes, buscando *cubrir* cada obra de arte de nuevos sentidos a partir de la indagación de su propio lenguaje, antes que *descubrirla*, en términos de revelar alguna "verdad" acerca de ella (Barthes, 2002). Siguiendo con esta concepción poética, tomaremos la noción de crítica que propone la bailarina chilena, Paulina Abufhele Meza, a partir de una cita conjunta de Foucault, Adorno y Dussel: "asumiremos en la crítica ese sentido ético que busca resquebrajar algo en el saber" (Abufhele Meza, 2019, pág. 112)

Sin embargo, en cuanto al uso cotidiano de la crítica y las formas en que puede ser encontrada, a grandes rasgos podríamos sintetizar que existe una crítica académica y una periodística, esta última con diferentes características según el medio que la aborde. Pero dentro de estas dos grandes categorías podemos encontrar, a su vez, numerosas variantes, cada una con características particulares que definen su posición metadiscursiva a partir del discurso artístico que abordan. No nos será posible identificarlas todas y, ciertamente, comprobaremos que algunas se superponen y responden a una definición equivalente nombrada de otra manera, mientras que otras responden principalmente a formas de identificarlas a partir de su ejercicio y recepción pero no como algo que efectivamente implique singularidad desde su concepción y/o producción. A lo largo de este trabajo abordaremos y describiremos algunas que den cuenta de esa variedad, dando prioridad a los autores contemporáneos y sobre todo, a

aquellos que se desempeñan en el ámbito local y forman parte del complejo desarrollo de la actividad en una ciudad que propone un material mucho más vasto que el de la mayoría, al tiempo que da cuenta de buena parte de estas actividades.

La crítica como género periodístico merece, cuanto menos, algunas reflexiones. Siguiendo a José Luis Fernández, en su libro *La crítica de televisión en la prensa durante la formación de los multimedios*, la Doctora Yamila Heram distingue tres tipos de críticas. La primera denominada *crítica silvestre*, haciendo referencia a la que realiza cualquier individuo que manifiesta una opinión, evaluando o participando de clasificaciones jerárquicas y en el seno de su grupo social. En segundo lugar menciona la *crítica teórica*, como aquella “...que debería reproducir, con respecto a los medios, los esfuerzos de rigurosidad de la crítica de arte y literaria y que, en términos estrictos, sólo está especialmente desarrollada, con equivalencia frente a lo artístico, para el cine de ficción” (2018); se desarrolla en la academia y se publica generalmente bajo formato libro o en revistas especializadas; en la actualidad también se encuentra disponible en sitios de Internet. Finalmente, hace mención a la *crítica-género*: “aparece como género incluido en distintos medios y (...) tiene como objetivo el comentario acerca de actualidad del que forma parte la propia *crítica-género*” (s/p). (Heram, 2018)

Esta clasificación podría sintetizarse del siguiente modo: si la crítica silvestre puede tomar la voz popular del *boca en boca*, como un comentario, una recomendación o reflexión espontánea desde el gusto o criterio personal, la crítica teórica enmarca todo lo producido en el ámbito académico y especializado, mientras que la crítica género es la que circula por medios como diarios, radio o TV, como recorte especial reservado dentro de un contexto de información general. Esta última es, seguramente, la más popular entre un público inespecífico que puede acceder a ella por puro entretenimiento, buscando algún tipo de recomendación e incluso por casualidad. Definitivamente, la noción de crítica-género de Fernández formaría parte de aquello que denominamos género periodístico, tal como lo expresa Koldobsky:

La crítica es, antes que nada, un género periodístico que se instala en la prensa con el objeto de dar cuenta de la cambiante presencia del panorama artístico constituyéndose como una palabra experta. Esa palabra experta funciona como intermediaria entre un discurso especializado y el conocimiento social (Carlón, 1994), o entre las instancias de emisión y recepción de ese discurso (Traversa, 1984). (Koldobsky, 2010)

En cuanto a las revistas y blogs especializados, habría que analizarlas caso por caso para identificar si su abordaje crítico se acerca más al teórico-académico o al de género, pero nos parece significativo dejar en claro que el concepto de “especializado” no se relaciona necesariamente con el análisis académico; se las denominada especializadas, en principio

porque su objeto es exclusivamente el arte (o la danza en particular) a diferencia de otras publicaciones que abordan diversas temáticas y cuentan con una sección de arte o danza.

En su libro *Por una Crítica deseante*, publicado en 2006, Federico Irazábal (crítico y actual director del Festival internacional de Buenos Aires, FIBA) realiza una distinción entre crítica periodística y académica, en la que incluye también la categoría de especializada que, en este caso, quedaría reservada para aquellos medios que se ocupan única y específicamente de las artes y en ocasiones de disciplinas puntuales, suponiendo también un consumo menos azaroso de las mismas. Se trata de un libro muy útil a los fines de nuestra investigación, por su circunscripción temática y el objeto que recorta, pero que debe ser considerado a la luz de las transformaciones de los últimos quince años en materia de circulación y consumo de información. Además, fue escrito cuando no existía la carrera de Crítica de Artes en nuestro país, lo que el autor advierte expresamente como un problema al intentar definir quién es un crítico de arte y cómo se constituye. Irazábal señalaba que las carreras que hasta ese momento podían más o menos acercarse a una educación formal en crítica, apuntaban a una preparación de corte académico más que periodístico, mientras que ninguna carrera periodística contenía la formación de un profesional experto en arte. Finalmente argumentaba que el crítico es una suerte de intelectual cuya profesión se relaciona más que nada con una condición de vida (Irazabal, 2006), lo que puede recordarnos a otros autores que lo definen simplemente como un espectador más experimentado.

De modo que el texto de Irazábal debería revisarse en virtud de la evolución que atraviesa todos los planos de nuestro objeto desde entonces al día de hoy. El surgimiento y la consolidación de las carreras universitarias especializadas en crítica constituyen un factor de relevancia mayor a la hora de reflexionar respecto de la crítica (académica y periodística, pues es de suponer que esos egresados se desempeñan en distintos campos de la crítica, entre los que deberían incluirse los medios de comunicación). Desde el año 2005, la UNA cuenta con su Licenciatura en Crítica de Artes (que seguramente surgió en el lapso entre la finalización de la escritura y la publicación del texto de Irazábal en 2006) y desde 2011 con la Maestría en Crítica y Difusión de las Artes que, si bien no contradicen el hecho de que un crítico debería tener una competencia teórica y retórica por la cual podría definirse como un intelectual o conocedor de la cultura, además, confieren a los recibidos una serie de herramientas para abordar el oficio con rigor científico y criterios consensuados, es decir, formalizando y constituyendo un perfil profesional con un abanico más concreto y complejo de posibilidades. De hecho, a partir de la creación de los distintos departamentos de la UNA, todo el panorama de la producción artística en nuestra ciudad se vio modificado radicalmente y es en ese contexto que la Crítica también dio un paso adelante en su proceso de profesionalización. Así lo reseña Adriana

Benzaquén respecto del caso de la danza, en un informe realizado para el Instituto PRODANZA:

Numerosos estudios internacionales coinciden en señalar que la proliferación de carreras de grado y posgrado en danza en el ámbito universitario (donde antes existían institutos profesionales orientados más a la formación práctica) supuso un cambio en la concepción de la investigación y docencia en y para la danza (Borgdorf, 2005; Pakes, 2003). Pakes (2003), por ejemplo, señala que, a partir de estos cambios, las prácticas en danza (junto con otras expresiones artísticas) comenzaron a ser reconocidas como formas de investigación en su propio derecho. Esta situación supuso, por parte de numerosas universidades, la necesidad de generar principios de equivalencias entre las prácticas de investigación artísticas y las prácticas de investigación tradicionales (Pakes, 2003) (Benzaquén, 2021, pág. 20)⁹

En cuanto a la crítica periodística y especializada, debemos poner mucha atención a la proliferación del uso de Internet en los últimos 15 años y el posicionamiento de los canales digitales frente a cierto proceso gradual de decadencia de los medios hegemónicos, los cuales Irazábal asume sin vacilar –en ese entonces– como los mayores y más poderosos. Vale decir que el uso de Internet y las posibilidades digitales no sólo se extienden sobre la producción crítica, sino también, a la socialización y publicación de contenido académico.

En cualquier caso, con sutiles diferencias, la idea de crítica como género periodístico aparece en la mayoría de los autores y, en cuanto a su impacto en números, podría decirse que es su forma más exitosa. Aun si no alberga los niveles de profundidad, desarrollo y potencial en función del arte como producto meta-artístico,¹⁰ en el sentido en el que puede ser atribuido a la crítica académica; tratándose de una crítica menos específica, con mayor capacidad de adaptación y, por tanto, más masiva, es más efectiva en cuanto a su socialización y cumple eficientemente con el objetivo de difundir y, en el mejor de los casos, suscitar reflexión oficiando de puente entre objeto de arte, artista y sociedad. En realidad, podría decirse que, la crítica que circula por medios generalistas cumple una función radicalmente otra respecto de la académica y, siguiendo a Petris y Mendoza (2016), que tiene la capacidad de transformar el arte en algo cotidiano, al insertarlo en la cotidianidad social –*aunque más no sea como paisaje*– en la medida en

⁹ Los textos citados por Benzaquén son: Borgdorff, H. (2005). El debate sobre la investigación en las artes. Amsterdam School of the Arts y Pakes, A. (2003) Original Embodied Knowledge: the epistemology of the new in dance practice as research, *Research in Dance Education*, 4:2, 127-149.

¹⁰ Gastón Cingolani dice: “la crítica es un *texto* que tiene como referente a otro/s *texto/s* (...) En ese sentido, antes que *meta-discurso*, parece razonable con Genette 1989: 9-18- sostener que la crítica es un *meta-texto*, es decir, un texto que mantiene una relación de comentario sobre otros textos” (Cingolani, 2010, pág. 2)

que adquiere una presencia periódica en los medios, independientemente de si estas críticas son consumidas o no.

Este movimiento de visibilización del arte de una sociedad es lo que aportan las críticas de los diarios, pero en realidad no necesariamente la crítica y su lectura sino la simple existencia en los diarios de secciones fijas y regulares para la crítica de arte, que se transforma en los hechos en un espacio permanente para el arte en la narración de los acontecimientos de la sociedad que hacen diariamente los diarios. El resultado es un “arte presente en la sociedad para la sociedad” (José Luis Petris y Rolando Martínez Mendoza, 2014)

Es así como este tipo de crítica logra trascender allí donde la académica no puede llegar ya que, como señalamos en un comienzo, esta se convierte en estímulo únicamente para unos pocos profesionales, investigadores y estudiantes. En ese sentido, merece la pena destacar el rol de la crítica especializada como espacio de reflexión y análisis de los objetos de actualidad, que responde a los intereses de un consumidor aficionado e incluso profesional del arte, pero que no se interesa por el rigor, la extensión y las estructuras impuestas por la investigación académica.

Es por ello que sostenemos la necesidad de nuevas producciones que sean capaces de reunir las mejores virtudes de las diferentes categorías atribuibles a la crítica según su propósito y medio de circulación: trascender cierto hermetismo que se observa muchas veces en el ámbito académico para conferir a la crítica cotidiana, accesible, la que resulta ser más fácilmente encontrada, herramientas más interesantes que la descripción o la valoración del objeto. Producir textos que puedan percibirse tan atractivos como cercanos, adaptando un contenido elaborado a formas más populares y extensas, encuadradas dentro de aquello que algunos han denominado crítica-género o especializada pero, además, atendiendo sobre todo a las formas y dispositivos de consumo actuales.

Finalmente, ya hemos hecho mención a la problemática que presenta la dinámica propia de los medios impresos respecto de su falta de ajuste al tiempo y forma en que circulan las obras de danza. En relación con esto, es preciso señalar que la percepción del tiempo y la circulación de la información es un asunto que pone en cuestión prácticamente todos los aspectos de nuestra vida: hoy todo es simultáneo; tal vez, ese sea el sentido en que debemos interpretar a Carlón cuando dice que “debemos empezar a interrogarnos *si no hay una nueva relación con el tiempo vinculada al presente en la era actual*” (Carlón, 2014). Precisamente, a lo largo de este proceso de escritura identificamos en el ámbito local la desaparición de algunos medios sobre los que hemos trabajado, así como el surgimiento de –al menos– un producto que, no tanto en cuanto a su enfoque pero sí a su

formato mediático, se asemeja al proyecto que aquí pretendemos diseñar.¹¹ Más adelante analizaremos las diferencias que presenta con nuestra propuesta y aquello que consideramos sus falencias, pero ahora nos interesa señalar que el surgimiento de este tipo de producciones pone en evidencia la supremacía del ahora –lo que Carlón llama el “presentismo” (Carlón, 2019)– y, en ese sentido, la exigencia de una nunca suficiente celeridad para cualquier empresa que se aborde. Lo que emerge como cuestión es nuestro vínculo colectivo con el tiempo y ese proceso dinámico que modifica en forma permanente el modo en que accedemos a la información, a las producciones artísticas y a todos los textos que las rodean. También, deja traslucir la distinta temporalidad de los procesos académicos en cuanto a su vínculo con los objetos de estudio en campo. Mientras la academia reflexiona en procesos inevitablemente extensos, por fuera de este ámbito los emprendedores individuales¹² hacen y ponen en circulación productos que también son certeros y funcionales a varios de los propósitos que les son comunes. Que quede claro, aquí creemos que reflexionar e investigar son formas muy concretas y productivas de hacer, pero lo cierto es que frente a procesos tan dinámicos como la puesta en circulación de videos caseros, la producción de conocimiento académico corre el riesgo de perder vigencia antes de ser concretada. El desafío que se nos presenta, entonces, es la necesidad de establecer sincronía entre los tiempos de una crítica que se presente como necesaria y trascendente, la velocidad en que evolucionan sus inquietos objetos de análisis, y la inmediatez que han adquirido como promesa de competitividad los medios de comunicación.

El ritmo acelerado de cambios que impone el universo digital hace que la crítica online sea un cabal ejemplo de los efectos de complejidad de la semiosis social que produce la hipermediatización. No solo porque de manera permanente desaparecen los espacios observados y aparecen nuevos, sino también porque, en los últimos años, no han dejado de renovarse las experiencias en los usos de las plataformas, en la recreación de los formatos existentes y en la creación de otros nuevos y, en consecuencia, en las estrategias discursivas (Bermúdez y Dámaso Martínez, 2021, pág. 4)

Estas debilidades de la dinámica académica, también son señaladas, para el ámbito de la danza, por la ya citada bailarina Paulina Abufhele Meza, quien denuncia, además, las falencias de la crítica de danza en su país como consecuencia de un sistema de gestión y fomento de las artes escénicas (lo que nos permite arriesgar que no se trata de una

¹¹Se trata de @chapeauargentina que lanzó una serie de videos cortos que circulan en Instagram, Tik Tok, Facebook y Youtube en forma simultánea, reemplazando o complementando su tradicional crítica escrita.

¹² Ivana Szerman del Canal *Somos Mate*, sobre el cual volveremos a referirnos con mayor profundidad más adelante, suele mencionar su condición de egresada de la carrera de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, de modo que nos referimos a proyectos privados que bien podrían haber surgido en contextos académicos o contar con nivel académico aunque fuesen desarrollados por fuera de ese ámbito (ver: <https://www.youtube.com/@somosmatear/about>) [Vista: 6/12/2022]

problemática de dimensión local sino de una situación inherente al modo en que interactúan y se afectan las distintas dimensiones de la producción artística, académica y la gestión cultural). La artista chilena sostiene que gran parte del problema en Chile, radica en que el estado invierte mucho más en hacer investigaciones, informes y estudios, que en diseñar un verdadero plan de financiación y sostenimiento que permita potenciar, proyectar y hacer crecer a los artistas productores (Abufhele Meza, 2018).

La crítica académica, a diferencia de la periodística, aparece circunscrita a una circulación restringida y especializada, en su mayoría sin contacto, ni impacto inmediato respecto de los públicos en general, con los cuales mantiene una relación distante y muy a largo plazo. (Abufhele Meza, 2018, pág. 113)

De ninguna manera ponemos en cuestión el valor de la producción académica, de hecho, en cuanto a los objetos que estamos trabajando, reconocemos su capacidad de ofrecer una profundidad analítica y una comprensión de las relaciones interdiscursivas que difícilmente se encuentre en otros tipos de crítica. Sin embargo, advertimos que, muchas veces, víctima de sus propias exigencias, rigores y tiempos, corre el riesgo de perder contacto directo y quedar demasiado detrás en sus tiempos de producción y circulación, respecto de aquello que estudia. Si bien es cierto que aquello que la crítica aborda, identifica y nombra acerca de sus objetos, no suele desarrollarse como un proceso inmediato (por ejemplo, la construcción de un estilo de dramaturgia con características determinadas o la utilización del concepto de dramaturgia para la danza, son rasgos que se construyen en el tiempo y terminan conformando una marca de época que, para ser justos, sólo acaban de formalizarse gracias a la crítica y los trabajos de investigación) decimos: frente a procesos cada vez más rápidos, es preciso implementar abordajes igual de dinámicos.

Finalmente, pero no por ello menos importante, es necesario destacar que, del mismo modo que una pieza artística no se completa hasta encontrarse con un espectador (y esto aplica para toda obra, aunque adquiere un sentido particular cuando nos referimos a las artes escénicas), toda crítica supone y exige ese contacto con alguien que se interese por esa relación triádica constituida entre: pieza artística / crítica / espectador-lector. Además de hermoso, el texto producido debe ser fértil, es decir: no hay crítica si no hay alguien que preste atención a ese meta-discurso producido y, entonces, toda crítica debería construirse a partir de la noción básica y fundamental de un potencial lector.

2. Encontrar la danza (y su crítica)

2.1. Particularidades de la danza y la crítica que las aborda

Es difícil encontrar en nuestra ciudad, producciones críticas en artes escénicas que reporten trascendencia tanto por su capacidad de reflexión cuanto por su alcance. Amparados en la presunción de un consumidor propio no especializado, cuando refiere a danza o teatro los medios masivos suelen producir contenidos livianos, en el sentido de que no abordan las problemáticas del lenguaje, los procesos de construcción simbólica o las condiciones de producción (Verón, 1988) y, cuando lo hacen, utilizan fundamentalmente un tono pedagógico que, al asumir que se dirige a un lector que no sabe –o construir un enunciatario que no sabe– evita discutir con todas esas cuestiones de estructura, estética y lenguaje. En un sentido amplio, podría decirse que lo que se encuentra como predominante es un espacio destinado a la difusión, que utiliza una estructura descriptiva –muchas veces de tipo valorativo (Steimberg, 2013)– y que no siempre invita a la reflexión ni asume el compromiso que implica compartir abiertamente un punto de vista personal acerca de cualquier obra en cuestión. En general, podemos decir que todas estas operaciones tienden a situar a los objetos abordados en el territorio del entretenimiento más que a identificarlos como obras de arte.

Un recurso alternativo que también identificamos con frecuencia, es la decisión de conferir la palabra a los creadores optando por el género entrevista, en vez de asumir una posición que dialogue directamente con el objeto; en última instancia, aquí le corresponde al espectador decidir si lo que el artista dice se corresponde de alguna manera con la obra.

En un sintético pero eficiente artículo sobre crítica de danza, el coreógrafo e investigador Valerio Cesio se refiere a quienes publican en diarios notas acerca de espectáculos de danza como “críticos de cartelera”:

El ejemplo del crítico de cartelera, productor de textos cortos que oscilan entre su carácter descriptivo, interpretativo y evaluativo (contextualizado o no) estimuló a muchos medios gráficos a convocar profesionales a cargo de teatro o de música para abordar ese desafío (lo que aún hoy está vigente en algunos medios), restándole margen de acción a la especialización, que solo se vislumbra en la última década del siglo XX, con el fortalecimiento de brazos académicos. (Cesio, 2010)

Para la crítica, docente e investigadora Mónica Berman, desde el punto de vista teórico –y hace referencia al rol central de la universidad en esa construcción de lo *teórico*– esta forma de producir crítica no tiene *función crítica* y por ende suelen ser sólo reseñas o comentarios (Berman, 2010, pág. 33). Por su parte, aquellos medios que apuestan por un

desarrollo más profundo carecen de alcance por ser, en general, proyectos de autogestión con poca capacidad de réplica y circulación y que, en muchos casos, producen un contenido que se percibe como demasiado sofisticado, elitista o sólo para entendidos. De modo que, en cuanto a su recepción, lo que se impone popularmente como crítica es el modelo que publican los diarios.

Santiago Fondevila, columnista cultural y crítico de teatro español, sostiene que el espacio natural de la crítica teatral ha sido, a lo largo del siglo XIX, el de las revistas, mientras que los diarios –los cuales define como *medios de comunicación nacidos en su mayor parte como soportes publicitarios*– la asumen posteriormente como gacetillas, frecuentemente mediatizadas por periodistas con un gran amor por el teatro pero sin una formación específica:

Es un modelo de crítica referencial, informativa y muy adjetivada. No tengo duda de que es en el segundo cuarto del siglo XX cuando la crítica teatral, y por ende, la de otros géneros como el operístico que tiene un destinatario muy concreto, toma carta de naturaleza y pasa a formar parte del hecho teatral.

(...) La crítica teatral toma su espacio con el crecimiento del ocio al que ya pueden acceder, no solamente las clases pudientes, sino un proletariado ávido de diversión. Un espacio lúdico que, en cualquier caso, estará siempre sometido a la valoración general del mundo del espectáculo como mera distracción (...) En la segunda mitad del siglo pasado, la crítica adquiere un valor en la medida que el espectador burgués busca contrastar sus puntos de vista con los de un conocedor especializado (Fondevila, *La crítica en el periodismo diario*, 2010).

En cuanto a la actualidad, Fondevila sostiene que la crítica ha perdido importancia en los medios de comunicación, principalmente en radio y televisión y explica –desde su experiencia como redactor en el diario español *La Vanguardia*– que los diarios se encuentran sometidos a una constante remodelación para competir en la *sociedad de la imagen*, priorizando el diseño y con una consecuente reducción del espacio redaccional, en beneficio del publicitario. Además asegura que no hay valoración del género y que conservan la crítica como una necesidad molesta, componiendo una extraña paradoja según la cual, tenemos “*una sociedad del espectáculo donde cada vez hay más espectáculo, más actividad escénica y menos posibilidades de dar cuenta de ella*”. (Fondevila, *La crítica en el periodismo diario*, 2010, pág. 8)

Enfocada en los procesos de la crítica académica en Latinoamérica, Guadalupe Álvarez sostiene que la crítica de arte sigue siempre a la literaria –y entre las diferentes disciplinas, las artes escénicas parecieran quedar en último lugar, agregaremos nosotros, en la medida de que la crítica académica de artes pareciera centrarse en las artes plásticas–.

Según su investigación, entre 1945 y 1955 la crítica era formulada mayormente para circular en la prensa, intentando *describir, analizar y comprender la naturaleza, los límites y las condiciones de la literatura latinoamericana* pero quedando recluida a esas colaboraciones que comenzaron a circular como crítica asalariada, aproximadamente desde 1918. Además, argumenta que las revistas especializadas en arte hacen su aparición hacia 1950, siendo su principal función la de *conformar un público apto para la fruición de la vanguardia* (Álvarez G. C., 2012) Por nuestra parte cabe decir que, en Argentina, no puede hablarse de una vanguardia de la danza anterior a la década del '60 y que no esté relacionada con la fundación del instituto Di Tella en 1958.

En un maratónico ejercicio de síntesis, la Doctora Yamila Heram relata el proceso análogo que atravesó la música en cuanto a su abordaje crítico, lo que permite comenzar a comprender que siempre se trata de procesos simultáneos de mutua y recíproca afectación, pues en todo caso, los distintos campos del arte no sólo están relacionados sino que se observan:

Hasta el siglo XVIII la contemplación de la música no era un hábito; por el contrario, los palcos eran un espacio de socialización más que de expectación. Hurtado expresa que la función crítica en la música estaba a cargo del público que, mediante un aplauso o silbido, respondía según sus gustos, es decir, sin la necesidad de un intermediador. Luego, el compositor se comienza a apartar de las normas establecidas; y el artista romántico “proclama que las exigencias de su yo están por encima de los principios establecidos (...) el público empieza a ‘no entender’, y al no entender recurre a los servicios de aquellos capacitados profesionalmente para ello, o sea a los críticos”. En el siglo XIX algunos diarios incorporan columnas fijas de crítica musical y surgen las primeras revistas especializadas. (Heram, 2018, pág. 60)

Del comentario de Heram, surge una primera cuestión que nos ayudará a distinguir algunas de las especificidades de la danza como disciplina artística de consumo. Si bien en la actualidad puede observarse un corrimiento hacia experiencias más performáticas e inmersivas en las que no hay distinción entre espacio escénico y platea,¹³ los espectáculos de danza han sido desde siempre un actividad de contemplación que exige una priorización del sentido de la vista y que no admite el espacio de socialización que puede haberse permitido la música. En cuanto a la crítica de danza, Cesio sostiene que es extremadamente joven y nace hacia 1920 en la ciudad de Nueva York, en un contexto que no puede ser separado del proceso que atravesaba la danza como objeto, “*renunciando al vocabulario del ballet para elaborar nuevos idiomas corporales que pudieran traducir los intereses y las vacilaciones del hombre moderno*” (Cesio, 2010) . Además, lo relaciona

¹³ Podríamos pensar como punto de inflexión en esta tendencia a las emblemáticas producciones del grupo “De la guarda” a partir del año 2001.

directamente con la apertura de las universidades hacia la danza en lo que, sostiene, Estados Unidos fue pionero. El investigador reivindica el lugar fundamental de la crítica para el desarrollo de la danza, en lo que posiblemente haya sido su momento de mayor expansión, pero señala también un cambio en el foco hacia las décadas del '60 y '70 signado por la aparición del Manhattan Rainbow¹⁴ y por la proliferación de nuevos agentes en el panorama global de la danza:

En la segunda mitad de los años setenta, y sobre todo en los ochenta, el eje estadounidense deja de ser el único *mainstream* del planeta. La creación coreográfica francesa, inglesa, belga, holandesa y alemana se reoxigena y los críticos europeos comienzan a ganar visibilidad; son tiempos de Nouvelle Danse y Butoh; de minimalismo e interdisciplina.

En el ojo de este huracán quien escribía de danza expandió su registro de apreciación en proporciones inusuales. La proliferación de estéticas fue proporcional a la proliferación de espacios en la prensa. Generado este mercado aparece el personaje del crítico de cartelera, cada vez más habituado a deslizarse por estilos tan diversos como Ballet, Danza Moderna, Danza Posmoderna, Performance, Break, Flamenco, Wayang, Kathak, Ballroom, desfiles y hasta patinaje artístico sobre hielo. Esto hace que, por un lado, la visión de los críticos de danza se haya forjado más abarcativa, casi panorámica, pero siempre encerrando el riesgo de la crítica epidérmica tan usual en la aldea global (Cesio, 2010)

Definitivamente, en Buenos Aires no podemos hablar de ningún momento histórico en el que se haya producido una proliferación de esta magnitud en los espacios para la danza en la prensa. Cesio considera que Latinoamérica tiene una historia demasiado breve en la danza erudita dejando mucho menos por esperar de la crítica sobre danza y sostiene que, si a nivel global la crítica *“obtiene una presencia de alta significación en el final del siglo XX, en estas latitudes, recién ahora estamos asistiendo y participando de la gestación de su primer cuerpo”*. (Cesio, 2010)

¹⁴ El Manhattan Rainbow estaba integrado por Jill Johnston (1929), Jack Anderson (1935), Deborah Jowitt (1934), Marcia B. Siegel (1932), Arlene Croce (1934), Anna Kisselgoff (1938) y Joan Acoccela (1945). Con siete colores de texto bien diferentes entre sí hicieron el croquis de una danza que estaba cambiando de rumbos, de formas y hasta de soportes. Primero con coreógrafos que introducían nuevas claves en el arte coreográfico como Bob Fosse (1925-1987), Murray Louis (1926-2016), Robert Joffrey (1930-1988), Donald McKayle (1930-2018), Paul Taylor (1930-2018), Alvin Ailey (1931-1989), Viola Farber (1931-1988), Arthur Mitchel (1934-2018) y después con los creadores que en su conjunto revolucionaron definitivamente las artes del movimiento en occidente: Ivonne Rainer (1934), Trisha Brown (1936-2017), David Gordon (1936-2022), Steve Paxton (1939), Susan Buirge (1940), Lucinda Childs (1940), Garth Fagan (1940), Twyla Tharp (1941), Douglas Dunn (1942), Louis Falco (1942-1993), Elliot Feld (1942), Meredith Monk (1942), Michael Bennet (1943-1987), Carolyn Carlson (1943), Lar Lubovitch (1943), Jennifer Muller (1944) y Laura Dean (1945). Ellos hicieron de los años sesenta y setenta la vidriera más diversa de la historia de la danza; que deviene definitivamente plural. (Cesio, 2010)

Existen algunos antecedentes de publicaciones que abordaron específicamente la actividad dancística de la Ciudad de Buenos Aires, como la revista “Pata de Ganso”, editada a partir del año 1986 por la bailarina y coreógrafa María José Goldín, en forma de revista mensual de distribución gratuita; esta revista llegó a constituirse como uno de los pocos testimonios de la década de los ´80, en la actividad artística *under*. Jorge Dubatti señala en su libro “Otro Teatro” que la revista Pata de Ganso “fue excepcionalmente una de las pocas que reunió información sobre la actividad de la danza, teatro, mimo, acrobacia, cine, y otras manifestaciones *under*. Reportajes y artículos breves, de los principales protagonistas o maestros del Nuevo Teatro” (Dubatti, 1990). Así también, la revista “Contratiempo” publicada en forma mensual por el bailarín Gabriel Vaudagna Arango y de distribución gratuita, supo dar cuenta en la década del ´90 del auge del flamenco y las danzas españolas en la capital porteña. Si ninguna de las dos publicaciones fue esencialmente de crítica, ambas se constituyeron como pioneras en su rol de visibilizar y ofrecer espacios de difusión y reflexión para la danza como un objeto en sí mismo y para un lector no académico.

En cuanto a los procesos por los cuales ubicamos a la crítica de artes escénicas, siempre por detrás y siempre influenciada por la crítica de visuales o literaria, debemos admitir que responden también al mecanismo por el cual el teatro y la danza se fueron posicionando respecto de las otras disciplinas: las grandes, primeras y principales. Así lo explica Daniela Koldobsky:

Entre las condiciones generales es fundamental lo que Shiner define como “la invención del arte” (2004 [2001]), es decir, la constitución del moderno sistema de las Bellas Artes, determinado por un lado por la diferenciación entre artes mayores y artes menores o aplicadas, y por otro lado por una serie de procesos como la emergencia y/o consolidación de instituciones específicas (museos, academias, salones, etc.) y de disciplinas científicas que toman al arte como objeto (la estética, la historia del arte como estudio científico) (Koldobsky, 2010)¹⁵

Hasta hace relativamente poco las artes del movimiento parecerían haberse replegado en una categoría de arte menor, una concepción que la continuidad del ballet como emblema de la danza, con la imagen de sus graciosas, bellas y etéreas bailarinas como bandera, y subordinado a una partitura musical y a un guión narrativo, no colaboró en desmontar. Otra causa probable para esta postergación, parece radicar en su materialidad. Dueñas de una condición única que requiere esa necesaria coalescencia espacial¹⁶ con su público, de carácter irreproducible en el sentido de que toda obra se reedita en cada función con características propias y únicas, nos permiten comprender que la danza y el teatro

¹⁵ El texto que cita Koldobsky es: Shiner, L. (2001) *La invención del arte*. Barcelona, Paidós, 2004

¹⁶ El término es de Oscar Traversa (2009)

requieren, cuanto menos, de un proceso de abordaje diferente. En realidad, el registro y la posibilidad de reproducción audiovisual de una pieza son relativamente recientes, si lo pensamos en relación con la historia del teatro; de modo que el trabajo del crítico se constituyó de forma lenta y aislada. En general, se puede afirmar que el acceso a las obras resulta poco económico y está supeditado a ese eventual encuentro físico con las mismas, mucho más complicado que lo que puede esperarse del encuentro con un libro, un disco o una exposición.¹⁷ Aún hoy, el crítico que toma como objeto piezas asentadas sobre soportes materiales conservables (de lenguajes como el cine, la música grabada, la literatura, etc.) puede guardar copias y/o reproducciones de ellas, es decir, volver a verlas o escucharlas tantas veces como desee, mientras que el que se ocupa de las artes escénicas sólo puede esperar a retornar a la siguiente función –en caso de que la hubiera– si necesita reencontrarse con su objeto. La singular cualidad de la danza, aun más compleja que la del teatro por no contar con un texto escrito, es decir, algún soporte material del que apropiarse, la convirtió en un objeto único pero también de circulación restringida y, en consecuencia, mucho más adverso a la hora producir reflexión.

Así es como, a lo largo de su historia, con diferencias sustanciales según tiempo y espacio, la danza se ha ido desarrollando con sus propias particularidades y, entonces también necesidades, acentuando un desfase que podría explicar por qué en nuestro país, es la única disciplina (dentro de las que pueden relacionarse con el entretenimiento) que no ha logrado el reconocimiento formal de un instituto nacional propio, como lo tienen la Música, el Cine e incluso el Teatro.¹⁸ Otro dato significativo que da cuenta de esta idea, del que nos hemos ocupado en un trabajo anterior (Friedenberg, 2019), surge de la evidencia de que en la Ciudad de Buenos Aires no sólo no existe en librerías una sección destinada a la danza, sino que esta categoría tampoco ocupa un lugar en el estante general de arte, en el que predominan las visuales. Es decir que, al menos desde el punto de vista comercial de la industria del libro, la danza no merece, ni tiene, ni refleja una posición como expresión contemporánea del arte o, al menos, no del mismo modo que lo tienen otras disciplinas.

Se trata de un fenómeno que es propio de la danza y no exclusivo de nuestra ciudad o de algún circuito de producción. En una entrevista realizada al mexicano Isaac Hernández con

¹⁷ Mientras que una obra de danza realiza un promedio de 4 presentaciones únicas en la Ciudad de Buenos Aires, un museo programa una exposición por alrededor de 2 meses en un horario extendido y libre de alrededor de 8 horas diarias, seis días a la semana.

¹⁸ Actualmente hay dos proyectos de Ley Nacional; el proyecto histórico presentado por el *Movimiento por la ley Nacional de Danza* en el Congreso de la Nación por primera vez en 2012, y luego en 2014. Contó con firma de diputados y senadores y se volvió a presentar toda vez que perdió estado parlamentario, la última vez en julio de 2020. El otro proyecto es el presentado en 2021 por el *Movimiento Federal de Danza*. Hasta el momento de cierre de este trabajo, ninguno logró convertirse en Ley.

motivo de su última visita a la Argentina, el Primer bailarín del Royal Ballet de Londres, ganador del *Benois* de la danza 2018, expresaba:

La danza convoca el 2% del espectador de entretenimiento. Deberíamos pensar cómo acercarnos a la vida pública, si no, es difícil imaginar un futuro. Una vez que se acaban los subsidios, nuestro público no es ni remotamente equitativo al gasto que generamos. Lo que hacemos es físicamente increíble, y me importa que más gente quiera saber, que se vuelva parte de la vida y del consumo diario y no de un mundo exclusivo (Friedenberg, *El camino del héroe*, 2019)

Un breve pero conciso informe realizado por el Instituto para el Fomento de la danza independiente de la Ciudad de Buenos Aires, PRODANZA, refleja las particularidades del asunto en cuanto a su dimensión local, al tiempo que construye un panorama bastante coherente a partir de la autopercepción de los agentes involucrados y las reflexiones acerca de los testimonios y datos obtenidos. Los profesionales porteños de la danza manifiestan que en esta sociedad no hay cultura de danza, lo que hace que la disciplina pase desapercibida. Así sostienen que su disciplina tiene gran volumen de producción y moviliza el mercado cultural pero sin lograr posicionarse; se autodenominan el *patito feo* y consideran que cuentan con el peor posicionamiento dentro de las artes (PRODANZA, 2010, pág. 15)

Si la autopercepción no es un argumento infalible, tampoco es indispensable confirmar en qué posición llega cada disciplina a la meta en la carrera por el desarrollo de la producción artística; en todo caso, basta con señalar que la danza nunca logró consolidarse como una industria de alto rédito –como lo han hecho el cine y la música– con lo cual, no recibe grandes inversiones haciendo más difícil su despegue. Si la crítica en artes escénicas se ha nutrido de los resultados e instrumentos analíticos de la crítica de otras disciplinas, también es cierto que estos procesos están sujetos a aquellos experimentados por sus respectivos objetos de estudio y, en ese sentido, es menester reconocer el derecho de la danza y de su crítica a reclamar, propiciar y acelerar el avance hacia su autonomía, en los términos en que lo presenta la coreógrafa, docente e investigadora Susana Tambutti: una disciplina que no esté sujeta a otras disciplinas, como la música o, en el caso del ballet, a una narrativa (Tambutti, 2008). Que la danza o los profesionales de la danza no reciban o perciban el reconocimiento, ya sea a través de políticas culturales de un gobierno, reflejadas en partidas presupuestarias y acciones de fomento concretas, de los medios masivos o bien de la sociedad en general (cuantificable, por ejemplo, en la asistencia a eventos o la cantidad de entradas vendidas) no significa que sus procesos de desarrollo creativo se encuentren a la sombra de otras disciplinas y, justamente, es uno de nuestros objetivos lograr que, al menos la crítica, explote sus características propias erigiéndose por su propia virtud y singularidad.

El informe citado incluye también la percepción y las expectativas respecto del trabajo de la crítica, revelando que, en general, se cree que la mayor parte de los críticos de danza provienen del teatro y carecen de conocimientos específicos para producir una crítica enriquecedora.

(...) Entre los grandes reclamos que tienen los artistas para con la crítica, en primer lugar se ubica “la chatura” y, en segundo, “la mecanicidad”. Los artistas consideran de forma mayoritaria que la crítica es básica y “se ha quedado atrás [...] la danza avanza como un proceso de investigación pero la crítica se va quedando y analiza desde un punto de vista un poco antiguo”. Por otro lado, se considera que las críticas replican un formato preestablecido, más allá de la obra o del objeto que trata. (PRODANZA, 2010, pág. 20)

Lo cierto es que estos cuestionamientos podrían extenderse también al teatro cuando refiere a la crítica en medios masivos; por ello podemos suponer que subyace por debajo otro reclamo relacionado con la falta de interés y de espacio que reciben las producciones independientes. Son inquietudes que le competen al estado de la crítica de artes en general y que responden a lo que Fondevila denuncia en forma clara y directa: el rédito económico.

2.2. Tres circuitos de producción

Un lector circunstancial, aficionado, podría argumentar que suele encontrar artículos sobre danza al abrir la sección de espectáculos o cultura de su diario favorito –o del que se encuentra en la cafetería de la que es habitué– y que, si esto no le sucede a diario o semanalmente, seguramente se deba a que la cantidad de estrenos o producciones en cartel es menor que la de otras disciplinas. Expresada en números, puede que esta apreciación sea cierta; seguramente sean más en cartel los espectáculos de cine, teatro y música que los de danza, pero la reducción que soporta la danza en cuanto al modo en que se le da visibilidad en los medios masivos no parece ser proporcional al número de producciones existentes, sino que constituye un recorte tendencioso de aquello que se presenta como la danza en la ciudad.

Lo que seguiría en la argumentación de nuestro hipotético lector es que, la mayoría de los espectáculos acerca de los que se escribe en el diario que lee, tienen lugar en imponentes salas como la Martín Coronado del Teatro San Martín o el Teatro Colón y, eventualmente, las grandes producciones o coproducciones internacionales que llegan al Teatro Coliseo. Podrá conocer o no el trabajo de los artistas, sin embargo, por su reincidencia, posiblemente comiencen a resultarle familiares sus nombres o los nombres de las compañías de las que son parte, y la palabra más recurrente será “ballet”, ya sea, porque efectivamente se trate de obras de ballet, o porque sea una producción bailada por el Ballet contemporáneo del Teatro San Martín. Respecto de la crítica, esto revela un problema pues, como veremos, ejerce un recorte muy estrecho –e injustificado– de un panorama que es muy amplio, tanto en términos de cantidad, variedad y tipo de estructura de producción y circulación, como en propuestas estéticas.

Para comprender las problemáticas de la crítica, nos resultará útil no sólo pensarla en función de la masividad y la hegemonía de los medios por los que circula, sino también reconocer cómo cada medio centra sus intereses en los productos de determinado circuito desplazando a los otros y cumpliendo un rol muy diferente en cuanto a sus propósitos, intereses y el modo en que cada crítica se vincula con su objeto de estudio.

Las artes escénicas de Buenos Aires, como en la mayoría de las grandes ciudades, se conforman a través de tres circuitos de producción: el *comercial*, el *oficial* y el alternativo o *independiente*. La gran diferencia con otras urbes seguramente sea que en la capital porteña, que concentra el 50% de las salas y espacios de todo el país (SINCA, 2017), los tres son igualmente arrolladores. Según los datos publicados por la Secretaría de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, hay más de 300 salas en la ciudad,¹⁹ con

¹⁹ Ver <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/teatros> [Consulta:02/03/2022]

alrededor de 1000 obras presentadas por semana, alcanzando unos 50 mil espectadores durante el primer semestre de 2018.²⁰ Su magnitud es impresionante en todos los casos, y esto se debe, entre otras razones, a que cada circuito cumple una función distinta y complementaria respecto de los otros dos: mientras que el *comercial* persigue un objetivo de rentabilidad económica que se mueve principalmente a través de figuras televisivas o de gran renombre –hoy, esto incluye también *influencers* que ocupan el lugar de actores– y que no parece tener un objetivo más allá del entretenimiento, el circuito *alternativo* es el que ha servido de plataforma para producir una diferencia y un desarrollo de los espacios de investigación y resistencia y para preguntarse acerca del arte en sí mismo, sus límites y sus múltiples posibilidades de crear y renovar el lenguaje. Por último, el circuito *oficial* cumple un rol intermedio entre ambos materializando puestas que, ya sea por una búsqueda de optimización de ganancias o intereses estéticos en un caso, o por escasez de recursos en el otro, ninguno de los otros dos estaría en condiciones de llevar a cabo. Se permite tanto la inclusión de estrellas de la televisión como de artistas prestigiosos provenientes del circuito independiente, coqueteando con espectadores que pueden responder a los más diversos perfiles e intereses, coincidiendo o no con aquellos que consumen producciones de los otros circuitos.

...existen otros criterios que entienden a lo independiente y lo comercial como separados y opuestos en torno a diversos aspectos: el sistema de producción (el sistema de producción comercial basado en la inversión privada y el independiente basado en la autogestión) (Schraier, 2008); el sistema de poder (lo comercial como dominante y lo independiente como emergente) (Arenzon, 2017); los circuitos de presentación de obra (lo comercial vinculado con espacios convencionales de gran aforo y lo independiente vinculado a espacios convencionales y no convencionales de menor aforo). Cada una de estas concepciones instala caracterizaciones y límites diversos, que pueden aportar en futuras investigaciones a un debate más amplio acerca del campo de la danza (Benzaquen, 2021, pág. 11)

En líneas generales, podemos decir que estos circuitos funcionan del mismo modo tanto para la danza como para el teatro. En lo que respecta a la danza, Adriana Benzaquén explica en forma breve y concisa cómo operan a nivel artístico estas diferencias en el modo de producción, conformando productos muy distintos entre sí:

Algunos estudios se centran en analizar lo independiente en la danza a partir de la dimensión vinculada con los procesos de creación y las estéticas de las producciones. Esta dimensión supone caracterizar lo independiente desde el punto de vista de la autonomía creativa; no supeditada a las demandas del Estado (lo oficial) ni del mercado (lo

²⁰ Ver: <https://www.pagina12.com.ar/221195-un-mapa-del-teatro-independiente-argentino> [Consulta 2/3/2022]

comercial). Esta mirada entiende que los grupos que realizan danza de forma independiente se basan en la elección del procedimiento, el estilo o el repertorio, de acuerdo con la convicción grupal y/o personal (del director y/o coreógrafo) sobre los aspectos artísticos y/o éticos de lo que se produce, y/o la legitimación entre pares. En cambio, en el proceso de creación comercial, la figura del empresario o productor artístico tiene un alto grado de injerencia en la toma de decisiones éticas y estéticas, con criterios más orientados a garantizar la rentabilidad económica de la inversión hecha (Benzaquen, 2021, pág. 10)

Otro de los aspectos que delimitan la singularidad de la danza, al menos en relación con el teatro, se pone de manifiesto cuando nos referimos al circuito de producción comercial. Mientras es bastante claro cuáles son aquellas producciones que llamamos oficiales e independientes, habría que definir qué sería un espectáculo comercial de danza. Benzaquén y su equipo de investigadores distinguen a las oficiales como aquellas producciones realizadas bajo condiciones de contratación y financiamiento regular y prolongado por parte de una institución u órgano público estatal, y engloban a las independientes y comerciales como todo aquello que no esté incluido en esa lógica. Curiosamente, se preguntan si resulta relevante realizar una distinción entre “lo independiente” y “lo comercial”, argumentando que todos los estudios realizados enfocan la diferencia en cuestiones económicas, estructurales y de regulación del mercado, sin embargo, lo primero que salta a la vista es que sus productos y búsquedas estéticas no podrían estar más alejados.

Uno de los polos estaría marcado por las formas de producción tendientes a la autogestión, basadas en dinámicas de trabajo horizontales y recíprocas y con un menor nivel de inversión inicial. El otro polo estaría signado por un tipo de producción privada, de tipo comercial, basada en dinámicas de trabajo más jerárquicas y con un mayor nivel de inversión monetaria. (Benzaquen, 2021)

Pero estas definiciones que podrían aplicarse al teatro como una generalidad, siguen sin decir mucho de cómo quedaría caracterizado un circuito de producción comercial de la danza, que pocas veces produce figuras masivamente conocidas en comparación con la popularidad que alcanzan actores y cantantes. En primera instancia, podría pensarse en la Comedia musical, pero lo cierto es que se trata de un género muy definido que incluye danza pero que no es específica ni principalmente danza. Luego podría pensarse en las compañías extranjeras que vienen de gira y se presentan en las grandes salas que suelen utilizarse para conciertos o espectáculos de gran producción; pero esas no representan necesariamente un equivalente con los criterios estéticos (temáticos, retóricos y enunciativos) por los cuales normalmente definimos a las producciones comerciales de teatro. Independientemente de su rédito económico, casi siempre se trata de espectáculos asociados a algún coreógrafo, director o figura de prestigio (reconocido,

antes que nadie, por la comunidad artística) y con un estilo personal y definido en cuanto a lenguaje de movimiento, formas compositivas e, incluso, visión dramática, constituyendo lo que se podría denominar un sello de autor, de modo que lo que deberíamos llamar comercial –en cuanto a su escala y recursos de producción, así como al potencial volumen de su consumo– no merecería una denominación equivalente en cuanto a su propuesta estética. Vale decir que se trata de producciones de excelentísimo nivel que suelen agotar entradas debido al prestigio de las compañías y el impulso mediático que reciben, logrando interés entre espectadores que no necesariamente las conocían con anterioridad. En muchos casos, son visitas de una única vez en décadas, pudiendo compararse –en su propia escala– a conciertos épicos como los ofrecidos por los reyes del Pop: Michael Jackson y Madonna.

Como ejemplo, podemos mencionar la visita a Buenos Aires de la mítica *Alvin Ailey American Dance Theatre Company* en 2013 o, en 2017, las presentaciones de *Letter to a man*, la obra dirigida por Bob Wilson que, si bien no es exactamente una pieza de danza, fue construida sobre el diario íntimo del legendario bailarín y coreógrafo Vaslav Nijinsky e interpretada por su equivalente contemporáneo Mikhail Baryshnikov,²¹ y por tanto, provocando el interés de buena parte de la comunidad de la danza local. La periodista Silvina Ajmat lo retrata con claridad en un artículo publicado en aquel momento en *La Nación*:

En aquella ocasión, algunos fueron al teatro engeñados por el fenómeno de marketing: se había corrido la voz de que “había que ver” el espectáculo y muchos de los que no estaban familiarizados con el tipo de teatro que propone Bob Wilson (famoso por hacer puestas de siete horas y más), se sintieron decepcionados. Este caso fue diferente: el teatro Coliseo se propone como un espacio menos masivo, más intimista y clásico. Quienes compraron entradas para alguna de estas diez funciones saben que van a asistir a un hecho teatral de relevancia. (Ajmat, 2017)

Una tercera forma de pensar en producciones comerciales de danza sería, por ejemplo, a través de aquellos espectáculos que los propios artistas denominan *for export*. Se trata de producciones que apuestan por aquello que en el mundo del espectáculo se denomina efectismo: apelar a la emoción y el deslumbramiento del espectador mediante el efecto y el virtuosismo (acrobacias, velocidad, trabajo en altura, etc.). Este tipo de producciones encuentran sus mayores exponentes en el tango escénico, folklore fantasía, eventuales producciones de flamenco y, por supuesto, en toda la gama de las artes circenses.

²¹ Ambos espectáculos fueron realizados en teatro Coliseo, con capacidad para 1700 espectadores. La *Alvin Ailey American Dance Theatre Company* realizó cinco funciones en 2013 mientras que *Letter to a man*, agotó las nueve que tenía programadas en 2017.

La separación concreta de los tres circuitos de producción y circulación será fundamental también para comprender que, así como cada uno de ellos es incapaz de satisfacer a todos los públicos, también es de suponer que la crítica haya tenido que elaborarse a sí misma con diferencias sustanciales según el tipo de objeto que aborda y acomodándose a los medios que contasen con mayor caudal de consumidores con supuesto potencial para su producto.

Alrededor del circuito comercial, habitualmente se produce un tipo de crítica valorativa, que no va mucho más allá de expresar lo mucho o poco que el espectáculo en cuestión ha sorprendido al crítico, la excelencia o pobreza de las actuaciones (como si eso pudiera ser justamente medido) o lo logrado de las performances y efectos (de luz, sonido, especiales, etc.) posiblemente, debido a que no haya mucho más que la crítica pueda agregar respecto de su objeto; en muchos sentidos, puede ser considerada casi una transacción publicitaria. Por su parte, las producciones del circuito independiente que se caracterizan esencialmente por mantener una construcción simbólica siempre abierta, siempre pendiente de ser completada por el espectador, admiten un espectro de posibilidades mucho más amplio en cuanto a la reflexión que pueda aportarse acerca de lo producido, habilitando para la crítica un rol mucho más activo en cuanto a las interacciones posibles con su propuesta y permitiéndole esbozar un profundo entramado comparable con aquello que Roland Barthes denominó *espesura de signos* (Barthes, 1964).

Lamentablemente, en muchos casos los abordajes suelen quedarse en la mera descripción, y esto no atañe únicamente a los espectáculos que intentamos definir como comerciales. Esto puede deberse, o bien a que los editores consideran que el espacio de mayor profundización le corresponde a la crítica académica y no entra dentro de lo esperable o deseable por parte de los lectores de diarios o consumidores de medios, o bien, porque los críticos no están dispuestos a tomar partido por análisis que les exijan un mayor grado de compromiso en cuanto a aquello que pudiera suscitarse a partir del encuentro con una pieza no necesariamente narrativa.

En cuanto a las producciones oficiales, podría decirse que el ballet ocupa una parte importante dentro del espacio público –y de la atención de la prensa– pero también es cierto que es el tipo de danza que menos innovaciones admite y ha incorporado. Trabaja con lo que se denomina repertorio; una serie de clásicos que se vienen reeditando en diferentes versiones desde el siglo XIX, de modo que, efectivamente, no deja lugar a una crítica demasiado creativa que pueda explayarse por fuera de las virtudes técnicas o expresivas de cada nueva generación de intérpretes, por lo menos en la medida de que no

se producen rupturas respecto de los códigos establecidos.²² Cuando se producen corrimientos significativos a partir de piezas clásicas, que son reelaboradas a través de diferentes recursos narrativos o de lenguaje de movimiento, rara vez estos tienen lugar en el escenario principal del Teatro Colón. Un buen ejemplo sería la versión de “El lago de los cisnes” de Jorge Amarante, que con un estilo contemporáneo o neo-clásico, actualizó la pieza clásica para tematizar la trata de mujeres (noviembre y diciembre de 2021 en el teatro El Nacional).²³ Podemos afirmar que los ballets son portadores de determinadas características que dan cuenta de su pertenencia a tal o cual movimiento (por ejemplo; la presencia del “acto blanco” como momento determinante de exaltación de lo sobrenatural y lo fantástico, así como el hecho de que muchos de los ballets creados entre 1815 y 1850 llevan nombre femenino como Giselle o Coppelia, no sólo dan cuenta del lugar protagónico de la mujer en el Romanticismo sino que, además, son indicadores de que estos ballet pertenecen a dicho movimiento). Aun en la actualidad, no parece haber demasiados ejemplos de ballets que incluyan quiebres sustanciales como la reinterpretación temática que hace Amarante en relación con el guión original, o con un lenguaje de movimiento que no sea Danza clásica, y que sean presentados en los espacios tradicionales reservados para el ballet. Seguramente esto se deba a que la incorporación de tales corrimientos de los esquemas clásicos supondría una ruptura que problematizaría la noción misma de “clásico” en esta forma de danza; para muchos hay, incluso, una relación de equidad entre ballet y danza clásica, aunque estrictamente no sean sinónimos. De este modo, la crítica que se ocupa de las obras de repertorio de danza clásica –es decir, la gran mayoría de la que circula en medios masivos– queda circunscripta a un formato más del tipo “histórico”, con notas que o bien contienen un alto contenido pedagógico sobre la historia de la danza y los ballets, o bien, son artículos tipo crónicas hechos por especialistas, lo que da lugar al surgimiento de neologismos como el de “crónica” (Mateo, 2019), aunque –para ser justos– esta categoría bien podría ser aplicada a la crítica de muchos otros espectáculos por fuera de la danza clásica y el circuito oficial.

²² Si bien la idea de que “se trata siempre de la misma obra” puede ser discutible –especialmente en términos de semiótica–, porque cada puesta o cada versión es una nueva producción discursiva, aquí nos referimos a que los cambios se producen sobre una línea argumental que no es móvil. Pueden cambiar los elencos, incluso puede haber variaciones coreográficas, pero el lenguaje –si es que podemos hablar de lenguaje en términos de danza– es siempre el mismo y nunca cambia la presencia de determinadas escenas que garantizan que una obra de repertorio sea siempre la misma. Así podremos asistir a diferentes versiones de *Quijote* o *El lago de los cisnes* y mientras que el primero siempre conservará su *grand pas de deux*, el segundo no perderá las referencias al *acto blanco* o la historia fantástica de transformación de mujer en cisne.

²³ Curiosamente, en 2020, el coreógrafo francés Angelin Preljocaj, también estrenó una versión contemporánea del mismo ballet reubicando su acción en el mundo de las explotaciones de combustibles fósiles y los empresarios sin piedad, con una nota ecologista.

Por su parte, la crítica que se ocupa de las producciones del Ballet Contemporáneo del Complejo Teatral de Buenos Aires, se ve obligada a hacer una revisión permanentemente de los objetos que analiza. En parte porque es lo propio del arte contemporáneo poner en primer plano la pregunta por su propia materialidad, pero sobre todo porque es lo que exigen de una mirada analítica, aquellas que podríamos denominar las danzas no codificadas: es decir, todas las que, a diferencia del ballet, no responden a una serie de pasos o estructuras preestablecidas y recurrentes, haciendo que el trabajo de la crítica deba centrarse en caracterizar o describir las producciones de sentido que desarrollan estas nuevas e inéditas producciones y, en todo caso, preguntarse de qué manera rompen con las estructuras y convenciones de género para producir su singularidad. Por lo demás, cada director podrá definir un nuevo rumbo para la misma Compañía, con decisiones estéticas muy diferentes; se puede decir que bajo la dirección de Mauricio Wainrot (especialmente en su segundo extenso período entre 1999 y 2016) tuvo un tinte muy distinto del que le imprime Andrea Chinetti (2016 hasta la actualidad). Mientras que en el período de Wainrot el lenguaje empleado era más marcadamente neo-clásico y se montaron obras de renombrados coreógrafos internacionales, Chinetti apuesta por coreógrafos locales cada vez más jóvenes, cuya búsqueda se inclina marcadamente hacia el cruce de lenguajes y la fusión entre la danza y lo teatral como un hecho escénico indivisible.

Muchos de estos coreógrafos y directores provienen de la escena independiente, en la que no suelen trabajar con grupos tan numerosos, en grandes escenarios, ni con las rigurosas restricciones que regulan una compañía oficial. En primera instancia, podemos decir con seguridad, que no pueden embarcarse en extensos procesos creativos sino que cuentan con un período de tiempo muy limitado para realizar el montaje de sus obras que, al ocupar grandes escenarios, requieren también de un tipo de puesta en escena diferente de aquel que les es familiar, lo que puede resultar en proyectos que no siempre logran maximizar las posibilidades creativas y técnicas de los coreógrafos convocados, ni de la compañía que los recibe.²⁴ De esta manera, se pone en evidencia el modo en que los formatos de producción inciden directamente en las propuestas artísticas y, por lo tanto, no llama la atención que casi todos los críticos coincidan al escribir –particularmente– acerca de una obra independiente, en que siempre contemplan los desafíos de producción

²⁴ En una entrevista realizada a Emiliano Dionisi y Eleonora Comelli respecto a sus respectivos estrenos en el Teatro San Martín, ambos artistas expresaban la brecha que separa la producción entre el circuito oficial y el independiente. Ver <https://balletindance.com/2019/07/10/sobre-danza-cuentos-y-varios-encuentros/> [Consulta 14/11/2021] Por su parte, en una entrevista anterior publicada en la misma revista, Juan Onofri Barbato, Analía González y Anabella Tuliano relatan su propia experiencia y en el caso de Barbato, un fuerte cuestionamiento respecto de la forma de trabajo en relación con sus expectativas: Ver https://issuu.com/balletin/docs/balletin_dance_220/4 [Consulta 14/11/2021]

que ésta escena implica, así como su capacidad creativa y de resistencia frente a condiciones cada vez más adversas (PRODANZA, 2010).

Esta situación nos alerta respecto de que, así como la creación y el estreno de un proyecto de calidad requieren mucho más que el talento de los artistas convocados, el modo en que se dividen o entrelazan los formatos de producción no puede ni debe quedar por fuera de los asuntos de los que se ocupa la crítica. No se trata ya de un acto de condescendencia o empatía con las difíciles circunstancias que afronta cada circuito, con especial debilidad por el independiente que se supone el más frágil, sino de la simple aceptación de que esos factores, junto con todo aquello que hace a la recepción de una obra, son inherentes al objeto artístico.

Por su parte, Federico Irazábal sostiene:

Importa, y mucho, que el crítico ignore el sistema de producción del arte en el que se desarrolla. Importa que no se refiera a la relación que una determinada obra, y su propio discurso, pueda tener con un sistema de poder establecido. Importa que no se reconozca parte de una guerra discursiva de la que él es un agente sumamente vital. El crítico no pasea libre y arbitrariamente por los "bosques narrativos" (robándole a Eco su metáfora). Cada uno de sus pasos, cada una de sus decisiones implican un acto ético insalvable en el que se despliega todo su ser individual en relación con su ser social. En cada uno de sus discursos debería ser consciente de la inserción que realiza en las redes discursivas, sin desconocer sus antecedentes pero también, y fundamentalmente, sin ignorar sus consecuencias. (Irazabal, 2006, pág. 109)

Los circuitos de producción no pueden ser pensados como un asunto que está por fuera de la crítica, pues: el modo de circulación, las formas de recepción, incluso las características de las salas de exhibición y el público que asiste –y participa– hacen parte de su objeto. Un espectador se acerca a ver la última obra que Marcelo Savignone montó para el ballet del Teatro San Martín,²⁵ ya sea porque le gusta esta compañía, porque es seguidor del trabajo de Savignone, o porque siente curiosidad por la pieza que un director de teatro haya creado para una compañía de danza; sin embargo, ese espectador no aborda la pieza que tiene en frente de sí en la sala Martín Coronado, como lo hace en el pequeño teatro Belisario –propiedad de Savignone y en donde ha desarrollado la mayor parte de su producción independiente– que se encuentra en un subsuelo, sobre la misma Avenida Corrientes, a un par de calles de distancia. Sus expectativas son otras y la experiencia de asistir al teatro son radicalmente otras. Esto podría abordarse desde muchísimos aspectos; para empezar, la diferencia de tamaño entre salas, su capacidad de

²⁵ En 2018 el Ballet del San Martín estrenó *Ensueño*, una obra creada y dirigida por Marcel Savignone.

espectadores y, en ese sentido, la cercanía que se habilita entre intérpretes y espectadores, y entre los propios espectadores entre sí. También inciden en la experiencia el tipo de arquitectura y hasta de butaca que hay en cada espacio, los protocolos de ingreso y acomodación en cada caso, los precios de las entradas y la diferencia simbólica entre asistir a un espacio privado, muchas veces familiar, construido y sostenido por sus propios dueños, o hacerlo a una institución oficial que, para bien o para mal, siempre termina asociada con la gestión pública que la administra. Ocupada en este tipo cuestiones, Ana Durán reflexiona acerca de las diferencias entre llevar teatro a las escuelas o estudiantes al teatro, justamente, en cuanto a la experiencia extra cotidiana que supone lo último y sostiene que para apropiarse del teatro independiente, es necesaria la creación de un hábito espacial. Reflexionando sobre estos hábitos, cita a Nathalie Heinich quien, a su vez, cita a Pierre Bourdieu:

Para Bourdieu, se trata de un sistema de disposiciones duraderas, una estructura estructurada y estructurante; dicho de otro modo, un conjunto coherente de capacidades, de costumbres y de marcadores corporales que forman al individuo por la acusación no consciente y la interiorización de las maneras de ser propias de un determinado entorno. Sin esta noción sería difícil aprehender cuál es la verdadera barrera de entrada en los lugares de la alta cultura: no tanto una falta de medios financieros ni siquiera, a veces, de conocimiento, sino de familiaridad, la conciencia difusa de no estar en el lugar de uno, manifestada en las posturas corporales, la apariencia, la manera de hablar o de desplazarse. (Durán y Jaroslavsky, 2012, pág. 79)

De modo que podemos identificar diferencias entre las producciones de los tres circuitos, en múltiples aspectos, entre los que podemos destacar fácilmente tres: el nivel de la estructura de producción, el nivel de su construcción estética y el nivel de la experiencia que las dos anteriores suponen para el espectador. Para Pedro Antony, ahora hay que hablar de una *“individualización, y por lo tanto, una fragmentación general”*:

Se atomizan los circuitos tal como se planteaban antes y también los grupos, los territorios, los lugares de pertenencia. Ya no existen tres grandes grupos, estéticas, éticas sino que cada artista desarrolla su propio recorrido, su propia carrera y establece su propio territorio individual, diversificando la oferta en busca de diversificar la demanda. En la actualidad, distinguir tres circuitos resulta acotado, limitante y fuera de la realidad (...) Los artistas y los espectadores *circulan* por todos y cada uno de estos espacios según las conveniencias y creencias personales del momento. Según este criterio, los circuitos se multiplican y se crean, entonces, tantos como teatristas que buscan acrecentar la demanda. Basta mencionar algunos: “circuito Veronese”, “circuito Grinbank”, “circuito Muscari”, “circuito Artei”, “circuito Barrientos”... (Antony, 2012, pág. 128)

Es interesante asumir lo que planeta Antony, en relación con esta interpenetración o actuación transversal de los mismos artistas (y por qué no, de sus espectadores) a través de los diferentes circuitos, sobre todo porque nos permitirá luego, comprender esta idea de seguir a un artista, muy a pesar del circuito dónde esté poniendo sus obras. Sin embargo, en nuestra opinión, la noción de los tres circuitos permanece claramente delimitada, constituye una marca fuerte en cada producción artística y, en muchos casos, propone corrimientos que, justamente, mantienen activa la atención de los espectadores más especializados. Así, la versión libre de *Julio César* de William Shakespeare, estrenada por José María Muscari en el Cine Teatro El Plata, protagonizada, entre otras por la polémica ex vedette Moria Casán (en el rol de Julio César), genera una indiscutible expectativa que está relacionada con el entrecruzamiento de todo tipo de factores que exceden a las características estilísticas, poéticas o genéricas de la puesta: Muscari es un director controversial, entre otras cuestiones, por el modo en que tematiza cuestiones de género y expone el sexo en sus obras. Es un artista que se mueve cómodamente entre los tres circuitos de producción, constituyendo un caso bastante singular. Sin embargo, es difícil de imaginar que pudiera montar esta puesta con este elenco de “figuras” en el circuito de producción independiente, o bien, qué tipo de impacto hubiese tenido en el circuito oficial si lo hubiese hecho con un elenco de actores menos conocidos.

Es necesario señalar que la participación en los espacios oficiales, constituye siempre un tema delicado porque, si bien presenta los mismos conflictos de intereses que se dan en cualquier sector, lo que se pone en juego aquí es la gestión pública y la administración de fondos que, en última instancia, pertenecen a los ciudadanos. En este sentido, nunca quedan por fuera las inevitables ataduras ligadas al poder y el color político, que pueden jugar a favor o en contra de una producción artística según el medio que publica y el teatro que produce ya sean opositores o no. Uno de los casos más notables y ejemplificadores –al que nos referiremos en forma muy sintética– son las participaciones de la polémica Esmeralda Mitre en diversas producciones del Complejo Teatral de Buenos Aires. En su debut dentro de las salas oficiales,²⁶ la actriz contaba con antecedentes artísticos desconocidos y su popularidad se relacionaba principalmente con sus apariciones mediáticas derivadas de su pertenencia a una de las familias más poderosas del país. Por un lado, la actriz es hija de Bartolomé Mitre (1940-2020), en ese entonces director del diario La Nación, que publicó críticas acerca de dicho espectáculo, y por el otro, se encontraba de novia con Darío Lopérfido (quien en 2014 y hasta 2018 se convertiría en su esposo), un político argentino que ocupó diferentes cargos relacionados con la cultura en la Ciudad de Buenos Aires, incluido el de Ministro de Cultura. Este tipo de

²⁶ En 2011, Esmeralda Mitre debuto como *Ofelia* en la versión de Hamlet dirigida por Juan Carlos Gené, en el Teatro presidente Alvear. Se trata de una co-producción entre el Complejo Teatral de Buenos Aires y el grupo privado Fénix.

vínculos y relaciones que poco tienen que ver con el arte, inciden inevitablemente en el *marketing* de los espectáculos involucrados, la expectativa de los consumidores y el modo en que el periodismo se referirá a ellos; tal vez el mayor desafío para la crítica sea no perderse en ese tentador epitexto de la obra que, nos guste o no, termina por convertirse en parte de lo que la obra es.²⁷ El problema en términos de crítica, con figuras como Esmeralda Mitre, es que los intereses (políticos y económicos) y la híper exposición mediática de la persona por encima de sus personajes, ponen en cuestión e influyen en todo aquello que se publique respecto de sus trabajos. El caso de Esmeralda Mitre es sólo un ejemplo extremo pero que se replica en múltiples otros casos en los que otros tipos de intereses (económicos y/o comerciales) inciden o ponen en duda, las posiciones que los textos críticos adoptan frente a las obras y que, como dijimos, se vuelven especialmente sensibles cuando forman parte de la gestión pública.

Así mismo, los artistas y circuitos de la danza cuentan con sus propios conflictos de intereses internos, en lo que podríamos denominar como un sistema endogámico que opera en todas sus esferas. Si bien decimos que la producción escénica de la ciudad de Buenos Aires es extensa, como en todo submundo, termina sucediendo que los actores implicados se conocen y se repiten. Así, encontramos bailarines que trabajan en forma simultánea en diferentes producciones –lo que no sería extraño por fuera del circuito oficial que son los únicos con contratación más o menos estable– pero también artistas que se desempeñan como jurado en los concursos públicos, ya sea para convocatorias a subsidios o para participación en festivales, que son –a su vez– los agentes activos del quehacer artístico a través de los cuales se mueven sus propias obras. Estos coreógrafos, directores o bailarines se ven en posición de evaluar a sus colegas, muchas veces amigos o artistas con los que tienen algún vínculo laboral vigente, y la crítica, como veremos, no está por fuera de estos círculos de pertenencia y las relaciones que se ejercen dentro de él.

Ya hemos dado cuenta de la voz de la comunidad que reclama una crítica especializada en danza, sin embargo, lo que no consideran, es que el precio de ese saber especializado implica que muchos de entre aquellos que ofician de críticos para medios independientes, así como para grandes diarios e –incluso– espacios académicos, cuentan con un saber específico porque son o han sido ellos mismos coreógrafos, bailarines y/o directores –con o sin formación periodística o en crítica– que se desempeñan en esa función. De más está

²⁷ Esto ameritaría una investigación en sí misma, pero es lo propio de lo que sucede con figuras tan mediáticas y polémicas como Esmeralda Mitre, a las cuales el espectador difícilmente puede dejar de ver como al personaje que aparece en todo programa de entretenimiento o “chimentos”, más allá del personaje que interprete en escena. Moria Casán es otro buen ejemplo de ello.

decir que esto no pone necesariamente en duda su honestidad y la calidad de su trabajo, pero compone una relación de cercanía riesgosa, que puede prestarse a malentendidos.

También nos invita a pensar si, acaso la crítica especializada está condicionada a que quienes la ejercen tengan o hayan tenido en el pasado una carrera que hiciera de la danza un ejercicio en primera persona. Poseer un saber, dominio o experiencia técnica en aquella materia que se analiza, sólo viene a cuenta en la crítica de arte en tanto permita al crítico establecer algún tipo de relación que suponga un aspecto nuevo y revelador con relación a la obra, o a una manera particular de observarla, de la que un inexperto no podría dar cuenta, pero de ninguna manera estaría ofreciendo un mayor grado de precisión; en todo caso: a mayor extensión del saber del crítico en cualquier aspecto, contará con un campo más rico para construir relaciones intertextuales y reflexiones de interés. En cuanto a la experiencia personal, no siempre, no necesariamente, supone un plus que favorezca los aportes que la crítica pueda ofrecer al desarrollo del arte, además de prestarse a conflictos éticos.

Una vez desplegado el panorama de los circuitos de producción con todos sus agentes implicados, corresponde observar que sería mucho más difícil identificar, caracterizar y elaborar un mapa o perfil de consumidores de artes escénicas (o de consumidores de crítica) para cada circuito. Evidentemente, hay estudios que se han ocupado de establecer estos perfiles y que quedarán incluidos en forma muy sintética en esta investigación, pero es importante subrayar que toda clasificación y segmentación de audiencias culturales es siempre relativa. Además, las audiencias se presentan cada vez más heterogéneas, diversificándose conjuntamente con las reconfiguraciones que han atravesado la producción y la distribución de los bienes culturales a partir de la pandemia iniciada en 2020. Un informe de *Alternativateatral* confirma que existe una combinación de consumo de teatro con otras actividades culturales, advirtiendo también una superposición de los propios circuitos teatrales que refleja que el 74% de los espectadores de teatro independiente concurre también a salas oficiales y que el 54% asiste a producciones comerciales. Si bien coincidimos en la conclusión de que la participación del público en actividades de circuitos determinados no es exclusiva ni excluyente, también consideramos que hay un perfil de consumidor para cada circuito, creando una especial división entre el espectador de teatro comercial de aquel que puede consumir producciones del circuito independiente y/u oficial. (*Alternativa Teatral y Enfoque Consumos Culturales*, 2021, pág. 88).

Por último, señalaremos un dato curioso que demuestra la existencia de una jerarquización de la actividad teatral a partir de su capacidad de producir rédito, lo que explica –en parte– algo que desarrollaremos más adelante y que identificamos como una

correspondencia entre la capacidad de cada medio de generar ganancias y mover capitales, con la que tienen los espectáculos que cada medio aborda. Así, consideramos sintomático que el *website* del Ministerio de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en la sección Teatros, explica brevemente la distinción entre los tres circuitos que ya hemos señalado, sin embargo, al pie de la página pone a disposición un buscador de salas que distingue únicamente entre las categorías de circuito oficial y circuito comercial,²⁸ ignorando las salas del circuito independiente que es, en realidad, el que cuanta con mayor cantidad de espacios teatrales habilitados.

²⁸ Ver: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/teatros> [Consulta 2/3/2022]

2.3. Relevamiento de salas y espacios teatrales de la Ciudad de Buenos Aires.

Desde luego, todos estos agentes acerca de los cuales nos hemos estado refiriendo en abstracto, tienen nombre y apellido, de modo que a continuación, nos explayaremos acerca de cómo y a través de quiénes está conformado el panorama de los medios por los que circula la información, la difusión y la crítica de la actividad dancística de la ciudad de Buenos Aires, dejando también expuesto qué contenidos ha abordado esta crítica.

Cuando decimos panorama, sabemos que en realidad se trata de un horizonte que fluctúa en forma permanente, pero que se vio especialmente alterado por las restricciones debido a la pandemia, que comenzaron a regir en Argentina a partir del 20 de marzo de 2020. Aun así, en este apartado nos proponemos elaborar un recorte que servirá para una aproximación cualitativa que ilustre qué tipo de oferta de espacios se encuentra en la ciudad. Tomaremos como muestra el mes de noviembre de 2021, cuando la normativa gubernamental vigente liberó el aforo y las restricciones a la exhibición de obras escénicas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, respecto de las políticas sanitarias implementadas para afrontar la pandemia por Covid-19. Para completar este horizonte compartiremos una lista de aquellos proyectos de danza independiente estrenados o re-estrenados durante ese mes, que nos permitirá ver qué porcentaje de ellos recibió cobertura. Es importante considerar que casi todos los espectáculos y eventos contenidos en esta lista corresponden a proyectos que recibieron algún tipo de apoyo mediante subvenciones estatales a través de Impulso Cultural²⁹ y que también se han exhibido obras sin ningún tipo de subsidio o apoyo, lo que permite suponer que la lista es mucho mayor. También es importante destacar que, si bien durante los dos primeros años de pandemia (2020 y 2021), los esquemas y mecanismos habituales de producción y circulación teatral se modificaron y se fueron adaptando en forma permanente según las cambiantes posibilidades que habilitaban las eventuales reglamentaciones sanitarias, por lo general, en Buenos Aires, noviembre no es considerado un mes de estrenos sino más bien de cierre de temporadas, previo al inicio de la temporada de verano. En un contexto menos extraordinario, sería esperable que la cantidad de producciones en cartel fuese

²⁹ Impulso Cultural es la plataforma que incentiva y promueve el desarrollo de la cultura en la Ciudad de Buenos Aires dependiente del Ministerio de Cultura GCBA. La misma se encuentra integrada por 6 institutos y/o programas de financiamiento: Proteatro; Prodanza; BAMúsica; BAMilonga; Fondo Metropolitano; y Mecenazgo; junto a otras 5 áreas y programas de acompañamiento, apoyo, difusión y profesionalización del sector cultural como Industria Musical; Editorial; Impulso Digital; Impulso Tango; y BA Audiovisual.

mayor y, sin embargo, aún mucho menor a la del período comprendido habitualmente entre marzo y octubre.

El listado incluirá tanto obras presenciales como aquellas producciones realizadas en formato virtual. En cuanto a las salas donde se han desarrollado las funciones presenciales, es interesante constatar su emplazamiento físico para comprobar lo extenso y descentralizado que resulta el mapa de la danza de la Ciudad de Buenos Aires, en el que se suplementan todos los circuitos; dando cuenta de que el panorama real es mucho más extenso que aquel que podría construirse a partir del recorte que se conforma con los acotados espacios a los que los grandes diarios dan visibilidad.

Mientras que los teatros protagonistas a partir de los diferentes artículos publicados que repasaremos se ubican en la zona del centro de la ciudad (con mayoría de notas acerca de eventos en el Teatro Colón y El Nacional, situados en Comuna 1, barrio de San Nicolás), en menor cantidad, los artículos de nuestra muestra también mencionan producciones celebradas en El Galpón de Guevara, el Centro Cultural Konex y Hasta Trilce, situados en los barrios de Chacarita, Once y Almagro, respectivamente (comunas 15, 3 y 5). Es decir que se van configurando diferentes mapas de la actividad teatral, según el periódico que se consume. Por su parte, el último informe publicado sobre la Danza no oficial en nuestra ciudad permite observar que, en general, los barrios donde se concentra la mayor cantidad de espacios culturales y salas (mayormente independientes) son Almagro, Palermo y Balvanera (situados en las comunas 5, 14 y 3, ordenados de mayor a menor concentración); que reúnen cerca del 43% del total de presentaciones realizadas durante 2020. *El mapa de ubicación de la mayor cantidad de salas y espacios culturales, coincide casi en línea paralela con la línea B del subterráneo (que facilita la movilidad y el acceso desde distintos puntos de la ciudad)* (Benzaquen, 2021, pág. 30).

A continuación veremos tres mapas que presentan construcciones radicalmente distintas del panorama de la oferta de salas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ninguno de ellos elaborado por nosotros. El primero fue extraído de Google el día 30 de marzo de 2022, bajo la búsqueda de “mapa de Teatros de la Ciudad de Buenos Aires”, y presenta dos curiosidades; por un lado muestra únicamente los teatros del circuito comercial y oficial (al igual que, como mencionamos, lo hacía el *website* de la Secretaría de Turismo de la Ciudad, sólo que Google no tendría por qué responder a las demandas de dicha gestión) lo que geográficamente queda explícito en que sólo da cuenta de las salas y espacios teatrales que se encuentran a partir de la Avenida Callao hacia el río. Por el otro lado, entre los teatros oficiales, no da cuenta del Teatro Nacional Cervantes sito en la intersección de Avenida Córdoba y Libertad (ver figura 2.1), lo que nos permite suponer

que, por alguna razón y respecto de las salas oficiales, Google sólo ofrece como resultado aquellas que se encuentran reguladas por la gestión del Gobierno de la Ciudad.

El segundo mapa corresponde a una nueva búsqueda, realizada el mismo día, en la cual especificamos “mapa de Teatros **independientes** de la Ciudad de Buenos Aires”. Como se podrá apreciar, el mapa sigue mostrando las salas comerciales y oficiales, pero se desplaza hacia el Oeste de la ciudad incluyendo en forma atomizada una buena cantidad de salas independientes, y ya no muestra el mismo tipo de concentración (ver figura 2.2).

Sin embargo, en un tercer mapa extraído de un catálogo del Festival Internacional de Teatro de Buenos Aires (FIBA), que responde a un evento llamado Maratón Abasto y, por lo tanto, es un recorte de las salas que se encuentran en los alrededores del barrio del Abasto,³⁰ podemos visualizar que efectivamente existe una extensa concentración de salas independientes que la búsqueda por Google no muestra. Este mapa no incluye salas oficiales porque no hay ninguna en la zona del Abasto (ver figura 2.3).



Figura 2.1. Resultado de Google Maps ante la búsqueda “mapa de teatros de la Ciudad de Buenos Aires”. [Vista 30/3/2022]

³⁰ El Abasto no es un barrio, pero se vincula con el antiguo Mercado y ha ganado identidad propia. Si bien la denominación Abasto no figura en los registros catastrales de la Ciudad, hay una zona del barrio de Balvanera a la que los porteños, desde comienzos del siglo XX, conocen con ese nombre. Ver: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/attractivo/balvanera-abasto#:~:text=El%20Abasto%20no%20es%20un,XX%2C%20conocen%20con%20este%20nombre> [Visita: 30/03/2022]



Figura 2.2. Resultado de Google Maps ante la búsqueda “mapa de teatros independientes de la Ciudad de Buenos Aires”. [Vista 30/3/2022]



SEDES MARATÓN ABASTO
ABASTO MARATHON VENUES

- | | | |
|--|--|--|
| 57. Ladrán Sancho
-espacio de arte-
Guardia Vieja 3811 | 68. Mediterránea Teatro
Tucumán 3378 | 80. Teatro El Cubo
Zelaya 3053 |
| 58. La Huella - Arte en
Movimiento
Bulnes 892 | 69. El Portón de Sánchez
Sánchez de Bustamante 1034 | 81. Teatro Tano Cabrón
Jean Jaures 715 |
| 59. Espacio Callejón
Humahuaca 3759 | 70. Feliza Cultural Arcoiris
Av. Córdoba 3271 | 82. Museo Casa
Carlos Gardel
Jean Jaures 735 |
| 60. La Vieja Guarida
Guardia Vieja 3777 | 71. Casona Cultural Humahuaca
Humahuaca 3508 | 83. La Carpintería Teatro
Jean Jaures 858 |
| 61. Teatro del Pueblo
Lavalle 3636 | 72. La Tertulia
Gallo 826 | 84. Conventillo Cultural
Abasto
Dr. Tomás Manuel de
Anchorena 575 |
| 62. El Tinglado
Mario Bravo 948 | 73. Casa Colombo
Gallo 557 | 85. Habitar Gómez
Valentín Gómez 3155 |
| 63. El Camarín de las Musas
Mario Bravo 960 | 74. El Emergente Bar
Gallo 333 | 86. JJ Circuito Cultural
Jean Jaures 347 |
| 64. El Archibrazo
Mario Bravo 441 | 75. Teatro El Extranjero
Valentín Gómez 3378 | 87. Panda Rojo Espacio
Cultural
Sarmiento 3096 |
| 65. El Bar de Kowalski
Billinghamurst 835 | 76. Teatro de la Fábula
Aguero 444 | 88. Espacio IFT
Boulogne Sur Mer 547 |
| 66. Teatro Beckett
Guardia Vieja 3556 | 77. Teatro Montevideo
Lavalle 3177 | |
| 67. Club Atlético Fernández
Fierro
Sánchez de Bustamante 772 | 78. Zelaya
Zelaya 3134 | |
| | 79. Asterión Teatro
Zelaya 3122 | |

Figura 2.3. Mapa extraído de un catálogo del Festival Internacional de Teatro de Buenos Aires (2020), que muestra las sedes de la sección “Maratón Abasto” de dicho festival.

Mientras que el tercer mapa nos muestra unos 31 teatros del circuito independiente, entre salas y espacios culturales en la zona del barrio de Abasto, el segundo permite ver apenas unos 10 y el primero ninguna. Vale aclarar que conforme realizamos acercamientos o desplazamientos en los mapas de Google, no aparecieron nuevas salas.

2.4. Listado de obras de Danza en cartel durante noviembre de 2021

Circuito Independiente

Jazz N' Go, de Rodrigo Villani. Estreno el martes 23 de noviembre. Funciones los días martes a las 20 hs.
En CPM Multiescena (Av. Corrientes 1764)

El Lago de los Cisnes, de la Compañía Jorge Amarante. Martes 23 y 30 de noviembre y lunes 6 de Diciembre a las 20:30 hs. En Teatro El Nacional Sancor Seguros (Av. Corrientes 960)

Quorum, de la Compañía Trínamo. Viernes 26 de noviembre 20 hs.
En JJ Circuito Cultural (Jean Jaures 347)

La trampa del paraíso prohibido, de Rhea Volij y Patricio Suárez. Viernes de noviembre a las 20 hs.
En El Camarín de las Musas (Mario Bravo 960)

Corpórica, de Liliana Tasso. Viernes de noviembre a las 22 hs.
En Aérea Teatro (Bartolomé Mitre 4272)

Atisbo de una sonrisa inmersa, de Julieta Corti, Carolina De Vega, Milena Loguercio y Margarita Salvare. Viernes 12 a las 22:30 hs. y sábado 13 de noviembre 20:30 hs.
En La Fábrica - Espacio de Arte (Acevedo 768)

El Elogio de la Permanencia, de Noelia Meilerman, Lourdes Elias y Nico Cro. Sábados 6 y 20, domingos 7 y 21 de noviembre a las 20:30 hs.
En Estación de los Deseos (Bacacay 1608)

Festival Internacional Cámara Corporizada. Del 17 al 21 de noviembre
Virtual a través de la plataforma de OctubreTV y Lumiton Usina Audiovisual

Insomnio, de Sathya Dematti y Celina Guelffi. Sábados de noviembre a las 17:30 hs.
En El Jufré Teatro Bar (Jufré 444)

Ser, de Teresa Marcaida. Miércoles 10, 17 y 24 de noviembre y 1 de diciembre a las 20 hs.
En mil80 Teatro (Muñecas 1080)

In THE ROOM – TANGO TANZ, de Liliana Tasso, Verónica Litvak y Claudia Grava. Domingo 28 de noviembre y 5 de diciembre a través de plataforma virtual.

Peña Folklorazo Queer, de la Compañía Folklórica Ñandutí. Domingo 28 de noviembre a las 20:30 hs.
En Galpón B (Cochabamba 2536)

Tangótica, de @valeriaymarcelotangótica. Martes de noviembre y diciembre de 19 a 00 hs.
En C.C.Macedonia (Sarmiento 3632)

Medetriz, de Milagros Coll. Viernes de noviembre y diciembre – hasta el 17/12- , a las 20 hs.
En El desguace Teatro (México 3694)

Carne Argentina (Preludio para un cyborg en las pampas) de Patricio Suarez. Jueves de noviembre 21 hs. y Jueves 2 y 9 de diciembre 21 hs. En El Galpón de Guevara (Guevara 326)

Hoy Laura, de Lía Mazza y Laura Peña Núñez. Domingos 7, 14 y 28 de noviembre a las 17 hs.
En Movaq (Malabia 852)

Abre Flamenco, de Natalia Riopedre. Sábado 6 de noviembre a las 21hs.
En El Rincón Familiar Andaluz (Carlos Calvo 3745)

Lugar triste donde pasar una noche de invierno, de Julieta Romano. Viernes 5 y 12 de noviembre a las 21hs.
En El Brío Teatro (Álvarez Thomas 1582)

En la dimensión de las intermitencias, de Clarita Spina. Domingo 7 de noviembre a las 20 hs.
En Galpón Face (Deán Funes 2142)

Aeón, de Cecilia Sur. Todo octubre y noviembre disponible en la plataforma virtual
vivamoscultura.buenosaires.gob.ar

Visitantes, de Compañía Jovendanza BA. Sábados de noviembre a las 20 hs.
En GAC (Av. Avellaneda 1359)

Fibeit, de Noemí Martínez Giovanetti. Disponible durante todo noviembre a través de plataforma virtual.

Pablo Rotemberg: Lecture on Nothing, de Pablo Rotemberg. Disponible durante noviembre y diciembre en plataforma virtual.

T para T, de Brenda Angiel. Sábados de noviembre a las 21 hs.
En Aérea Teatro (Bartolomé Mitre 4272)

Mandinga, el diablo que vino de áfrica, de Yamil Ostrovsky. Domingos de noviembre a las 21 hs.
En Hasta Trilce (Maza 177)

Circuito Oficial

Programa Mixto con el Ballet del Teatro Colón. Sábado 6 al miércoles 17 de noviembre, a las 20hs.
En el Teatro Colón (Libertad 621)

Así se baila el tango, de Laura Falcoff. Viernes 12 y sábado 13 a las 20 hs.
En cine teatro El plata (Juan Bautista Alberdi 5765)³¹

El porvenir, de Eleonora Comelli (para el Ballet Contemporáneo del Teatro San Martín). Viernes, sábado y domingo a las 20 hs. (desde el viernes 19 de noviembre de 2021).
En Sala Martín Coronado del Teatro San Martín (Corrientes 1530)

³¹ Esta obra se estrenó en el circuito de producción independiente, aunque estas única dos funciones forman parte de la programación del cine teatro El plata que, a fines de 2021, pasó a formar parte del Complejo Teatral de Buenos Aires.

Circuito Comercial

Retomando la pregunta por la denominación de circuito comercial en danza, al momento de armar este listado hemos incluido aquellas producciones que tienen lugar en salas que no son oficiales ni independientes, y que suelen albergar, entre otras cosas por sus dimensiones, grandes producciones. Sin embargo, la implementación del término comercial, pensada desde la propuesta estética de las producciones, sigue provocando una cierta incomodidad que exigiría continuar repensando esta categoría.

El lago de los cisnes (*Compañía* Jorge Amarante). Martes 23 y 30 de noviembre a las 20.30 hs.
En el Teatro El Nacional (Corrientes 960)

La Sylphide, suite. Alumnos de danza del Instituto Superior de Arte del Teatro Colón. Sábado 20 a las 20 hs.
En Auditorio Belgrano (Virrey Loreto 2348)³²

Festival Tchaikovski: Gala de Ballet. Domingo 7 a las 18 hs.
En la Ciudad Cultural Konex. (Sarmiento 3131)

Vertical, de Oscar Araiz. 19 de octubre y 2 de noviembre a las 20:30 hs.
En El Nacional (Av. Corrientes 960)

Trinomio de ballet, de Angel Gómez. Miércoles de noviembre a las 20 hs.
En El cubo (Zelaya 3056)³³

³² Este espectáculo constituye un ejemplo particular pues incluye bailarines semi-profesionales, alumnos del ISA del Teatro Colón, pero sus funciones se realizan fuera del teatro.

³³ Este espectáculo constituye otro caso singular, porque se trata de una compañía independiente, aunque algunos bailarines provienen de elencos oficiales y, por otra parte, no son frecuentes las obras de ballet producidas en el circuito independiente. En realidad, podríamos decir que muchas producciones que se pueden llamar mixtas, en el sentido de presentar ciertas características estilísticas de danza que no son habituales para determinado tipo de producción, suelen presentarse en El cubo. A la vez, muchas de las producciones del circuito comercial que el teatro El cubo supo alojar a lo largo de su historia, distan del modelo hegemónico de los espectáculos teatrales de las grandes salas de la Avenida Corrientes.

2.5. Una guía para encontrar la danza en los medios

A partir de la hipótesis de que existe una suerte de segmentación y correspondencia entre críticas y medios, por la cual es factible anticipar qué obras serán abordadas por qué medios, críticos y periodistas, y luego de haber conformado una muestra construida sobre lo que fue la cartelera de danza de noviembre 2021 en la Ciudad de Buenos Aires, elaboraremos un sintético panorama de las publicaciones que se ocupan en forma específica o secundaria de la danza en la Ciudad de Buenos Aires. Incluiremos, en algunos casos, las notas publicadas por estos críticos/periodistas y /o medios durante el mismo período, lo que nos permitirá visualizar:

- la construcción que cada medio realiza acerca del paisaje de la danza local a través de sus publicaciones
- comprobar si existe una efectiva priorización en relación con los circuitos de producción a los que se da visibilidad
- distinguir aquello que se aborda como crítica de lo que podríamos catalogar como mera difusión.
- comprender cuál es el área de vacancia, y entonces de oportunidad, para diseñar un producto que sea capaz de cubrir esos espacios vacíos: construir un hábito en el consumo de crítica en artes escénicas y fomentar la relación entre crítica y producciones de una manera más equitativa en relación con los distintos circuitos, fiel y acorde al modo en que la producción de danza se desarrolla en esta ciudad.

Vale aclarar que, en muchos casos, los especialistas escriben en más de un medio o trabajan alternativamente en medios gráficos, digitales, radio y televisión. Sin embargo, y adhiriendo a la argumentación de José Luis Petris y Rolando Martínez Mendoza, concentraremos nuestra atención en:

(...) la prensa gráfica, y en particular a los diarios, por tres motivos: por su más larga historia, que decanta hoy para la crítica en formas más estables y reconocidas, porque es el medio en el cual tiene cabida y estabilidad, la crítica de todos los lenguajes artísticos y no sólo de algunos, y porque la coexistencia de estas críticas particulares de lenguajes artísticos en un mismo medio las hace dialogar explícita y tácitamente entre ellas enriqueciendo el fenómeno. (Rolando Martínez Mendoza y José Luis Petris, 2014, pág. 244)

Asimismo, organizaremos el esquema según la masividad de los medios y su especificidad en relación con su abordaje de las artes, especialmente las escénicas y específicamente la danza. En lo que refiere a diarios de edición impresa y digital, utilizaremos únicamente la edición digital por ser la que mejor se vincula con las nuevas prácticas de lectura y los índices en el consumo de diarios. Si bien el último informe del Sinca (2017) señalaba el

papel como soporte principal de lectura, también indicaba que ese tipo de consumo es más frecuente entre adultos mayores de 50 años, permitiendo suponer una inversión progresiva en los valores obtenidos en el 2017. (SINCA, 2017, pág. 27) . De hecho, en visitas correspondientes al año 2022, el indicador de audiencias del diario La Nación, revela que su versión digital es vista por un promedio de 2,9 millones de usuarios únicos por día (usuarios de un promedio de 39 años), mientras que su versión impresa tiene una audiencia promedio de apenas 219.800 usuarios diarios (de alrededor de 45 años).³⁴ Por su parte, el diario Clarín, tiene una audiencia semanal promedio de 827.000 lectores en su edición impresa, mientras que la digital supera las 222 millones de vistas.³⁵

³⁴ Ver: <https://www.lanacion.in/audiencia> [Vista: 30/04/2022]

³⁵ Ver: <https://comercial.clarin.com/productos/clarin-digital> [Vista: 30/04/2022]

2.5.A. Medios Especializados en danza

Gráficos: digitales

Balletin Dance: fundada en 1994, se presenta como “La revista argentina de Danza” y siempre ha tenido un perfil de actualidad (de ahí el juego de palabras entre Ballet y boletín) más que de reflexión. Se lanzó como publicación mensual de distribución gratuita y mantuvo su edición impresa en forma ininterrumpida hasta marzo del 2020 (número 295). En 2001 subieron su primera web con dominio propio, cuya función principal era la de proveer una plataforma de descarga para la revista en PDF, y que funcionó hasta junio de 2020. En mayo de 2016 nació Balletindance.com, un portal digital que, convivió algunos años con la edición impresa, sumando la posibilidad de algunos extras como mayor cantidad de fotos por artículo y actualizaciones periódicas con información de interés general: convocatorias, castings, etc. y eventualmente pequeños videos promocionales. En el contexto de pandemia redujo sus artículos de contenido (al igual que se redujo la producción de espectáculos y de sponsors) pero mantuvo activa la agenda en complemento con sus redes sociales. Nunca utilizaron el rotulo de crítica; en cambio publicaban secciones de “comentarios” y “entrevistas”. Hay colaboradores especializados en el área de ballet, danzas orientales, flamenco, folklore, comedia musical y ritmos urbanos y otros que abarcan un campo más elástico y extendido de la actualidad de la danza en el mundo, pero fundamentalmente en Buenos Aires. Si bien construye un destinatario con un interés bien específico en danza, la línea editorial es bastante amigable para con un lector que posea menos conocimiento. La revista cuenta con una editorial propia y tienda de libros (propios y de otras editoriales). Destacó siempre entre sus pares por la calidad del papel empleado, especialmente en sus tapas a color. En muchas ocasiones, realizaban producciones fotográficas para sus notas de tapa, a diferencia del resto de las revistas que suelen manejarse con fotos provistas por prensa. Estas producciones fotográficas dejaron de realizarse con el cese de la edición impresa.

Sitio web: <https://balletindance.com/>

Segunda Cuadernos de danza: se posiciona como una publicación acerca de la Danza Contemporánea en Argentina, a través de “comentario de obras, difusión y apoyo a la producción independiente”, según su propia presentación. Si bien es digital, destaca un proyecto llamado *En papel*, a través del que se presenta como editorial especializada en contenidos por y para interesados en la danza (historia, prácticas, agentes, instituciones, líneas de teorización, “texturas discursivas”). La dirección editorial está a cargo de Josefina Zuain. Tiene dos secciones: *En palabras* –con ensayos, artículos, entrevistas y otros textos– y *En comentarios* –que incluye comentarios y análisis de obras–. La organización visual del texto pone en primer plano la palabra –antes que la imagen, sea estática o en

movimiento— y se propone acompañar el *movimiento de la escritura*. De hecho, por donde se mire, la escritura está puesta en primer plano, incluso por encima de la danza (prácticamente no hay imágenes, ni videos), de modo que lo que se pone de relieve es ese vínculo *danza-palabra-reflexión*, volviéndose una publicación que requiere competencias más específicas por parte del lector. Si bien proponen una escritura en primera persona y no aparece la palabra crítica, hay una mirada reflexiva acerca de los distintos objetos que abordan. Algunos colaboradores publican simultáneamente en otras revistas, como es el caso de Facundo Nahuel Aguirre, que solía escribir para Balletindance. Esta publicación incluye en la parte inferior de todas sus páginas un conjunto de accesos a ediciones amigas entre las que figuran Revol, Labra, Giró (que ya no existe) y páginas en Facebook que parecen más bien pertenecientes a estudios y/o espacios de danza.

Sitio web: <https://cuadernosdedanza.com.ar/>

Revista Revol: (Digital) Se presenta como “un nuevo concepto en periodismo de la danza en Latinoamérica”, aunque parece centrar su actividad en la Ciudad de Buenos Aires. Además promete información profesionalizada, profunda y de actualización diaria, con una impronta “fresca, dinámica, fuertemente audiovisual e interactiva”; sin embargo la última publicación registrada al momento de hacer este relevamiento, era de hacía más de 18 meses (sección ACTUALIDAD). Hay algunos artículos de contenido crítico acerca de producciones de danza, pero la mayoría de las notas son más bien de actualidad o de interés general para un público que ejerce la danza; desde audiciones hasta alimentación y técnica, entrenamiento y formación. Entre sus miembros figuran Majo Rubín, quien ha colaborado –al menos– en dos oportunidades con Revista Ñ y Loïe, pero fundamentalmente publica en su propio blog <http://bailarlescritos.blogspot.com/> en el que replica también los textos ya publicados en otros medios y Laura Chertkoff, quien tiene una columna sobre danza en Radio de la Ciudad, además de colaborar con el suplemento de espectáculos de La Nación.

Sitio web: <http://revistarevol.com/>

Loïe Contenidos editoriales (y revista de danza, performance y nuevos medios): (Digital)

Nace en 2018. Publica una sección específica para la crítica y otra para investigación (aunque al momento de realizar este relevamiento no había entradas en esta sección), además de una cartelera. Si bien puede resultar un poco confuso, por un lado está el portal de contenidos editoriales y por el otro la revista homónima con nueve ediciones publicadas. El contenido, el perfil y la extensión de los artículos son diversos, aunque, al igual que Segunda Cuadernos de Danza, construye y recorta un enunciario muy

específico dentro de los aficionados a la danza. Su directora general Susana Temperley, igual que su editora, Magdalena Casanova, pertenecen al área Transdepartamental de Crítica de Arte de la universidad Nacional del Arte (UNA). De entre las revistas consultadas, es la única indexada.

Anteriormente contaba también con una columna los segundos viernes de cada mes, a las 14:40hs por subteradio (101.7FM / Red sin estacas, RSE Radio) dentro de un programa de radio sobre Danza y gestión conducido por Gabriel Elia, Gisella Pellegrini y Anibal Zorrilla.

Sitio web: <https://loie.com.ar/>

Labra: Revista de Procesos en danza: (Digital) La coordinación general se encuentra a cargo de Quio Binetti, cuyo nombre se asocia en el ámbito de la danza al Butoh, aunque la revista no se especialice en esa disciplina. La otra coordinadora es Meli Watanabe, que no pertenece al ámbito de la danza. En cambio cuenta con un comité asesor, que incluye muchos nombres conocidos del espectro teórico de la danza en nuestra ciudad, vinculados a la UNA (Susana Tambutti, María Martha Gigena, Marcelo Isse Moyano, Patricia Dorin, Marie Bardet, entre los más conocidos). La función y participación de este comité no es clara. No tiene una regularidad en sus publicaciones y el último posteo registrado al momento de hacer este relevamiento corresponde a la sección Semillero y es del 15/07/19. En la última visita (25/11/2021) Google informaba que no se puede acceder al sitio.

Sitio web: <http://revistalabra.com.ar/>

2.5.B. Medios No especializados en danza con secciones específicas

Revista Artes Críticas: Creada en 2010, es una revista digital que difunde la producción crítica de estudiantes de las carreras de Crítica de Artes y Curaduría en Artes en el Área Transdepartamental de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes. Como manifiesta en su presentación, los textos publicados son el resultado del trabajo en los talleres pero el sitio está abierto a la iniciativa de estudiantes y graduadas/os del Área en general, tanto de grado como de posgrado. Los artículos abarcan una multiplicidad de lenguajes y cuenta con una sección específica de danza.

El portal estuvo sin mantenimiento, sin actualizaciones y con problemas para la visualización de artículos, al menos entre 2019 y 2020; pero fue relanzado en 2021, mejorando también la visualización de la web y su presencia en redes a través de un perfil en Instagram. Sin embargo, tal vez en virtud de su mal funcionamiento durante varios meses, y de que no hay regularidad en las personas que firman los artículos, presenta cierta heterogeneidad estilística entre las distintas críticas y no habilita la construcción de un vínculo entre autores y lectores como espacio de encuentro. A esto puede sumarse su carácter de espacio de práctica abierto para estudiantes en formación, lo que hace que los autores de las críticas no sean necesariamente reconocidos por la comunidad de la danza y su público. Su perfil en Instagram cuenta con 657 seguidores al 20/03/2022.

Sitio web: <https://artecriticas.wordpress.com/>

SobreBue “recomendador de artes y espectáculos”: Es, como ellos mismos se denominan, un recomendador de arte y espectáculos, en tanto no publican críticas sino recomendaciones, bajo el criterio de que, si se lo publica, es porque es bueno. Hasta el 2018 era fundamentalmente una edición impresa a color en papel y formato de diario, de distribución gratuita; posiblemente entre las más leídas por su efectiva presencia en salas independientes, oficiales y comerciales. Tenía un portal web como segundo soporte y escasa presencia en redes sociales. Desde 2019, únicamente se publica *online* y ha reducido sus contenidos notablemente a lo largo de 2021. No hay una sección específica de danza, sino que está incluida dentro de TEATRO. La mayoría de los *recomendadores* firman con seudónimo, a excepción de Gustavo Friedenber, que desde 2017 se especializa sobre todo en espectáculos de danza y también es colaborador regular de Balletindance. Durante el primer trimestre de 2022, no publicaron nuevas notas, aunque multiplicaron sus publicaciones en Instagram; dichas publicaciones no incluyen contenido propio, sino el posteo de fotos de espectáculos con la información técnica y gacetilla de prensa. Su perfil en esa red cuenta con 4006 seguidores al 20/03/2022)

Sitio web: <https://www.sobrebue.com/>

Llegás: Fundada en agosto de 2004 por Ricardo Tamburrano, es una revista mensual de distribución gratuita que aborda diferentes dimensiones del ámbito de la cultura a través de entrevistas y reseñas. Junto con el inicio de la pandemia, como le ocurrió a la mayoría de las publicaciones semejantes, dejó de imprimirse; sin embargo, a diferencia de ellas, no sólo relanzó luego un sitio web con diseño claro, moderno e intuitivo, sino que en septiembre de 2021 volvió a aparecer en papel. Además, incluyó una nueva sección específica de Danza a cargo de Dulcinea Segura Ragattán, con notas escritas y *charlas* audiovisuales bajo el título de *Llegás en movimiento*, subidas a YouTube y disponibles en el *website*. Vale aclarar que entre las notas escritas (en la web a partir de 19 de agosto del 2019 y al 28 de noviembre de 2021, hay 38 notas publicadas) hay sólo una que responde a una obra específica y el resto son una suerte de espacio para visualización y difusión de ciclos, festivales y cooperativas de espacios, de modo que, si bien hay una línea editorial y un posicionamiento crítico, no hay lugar para la crítica como tal. Incluso, cuentan con una sección de “Crítico invitado”, en la que, en realidad, invitan a diferentes personajes del medio (autores, actores, etc.) a que recomienden alguna obra que se encuentre en la cartelera porteña.

Su perfil de Instagram es bastante activo; además de *repostear* los diferentes artículos que incluye la revista, publican semanalmente un *post* bajo el título de: AGENDA LLEGÁS para el fin de semana, y cuenta con 7821 seguidores al 20/03/2022)

Sitio web: <https://www.revistallegas.com.ar/>

Grandes diarios

Clarín Espectáculos: Laura Falcoff

Su portal de espectáculos online es el mejor armado y más accesible de entre los tres grandes diarios nacionales (Clarín, La Nación y Página 12), pero la categoría Danza no existe; el lector que quisiera encontrar un artículo de danza debería entrar en la sección de Espectáculos, donde descubrirá –mezcladas– todas las últimas notas publicadas, entre ellas –si hubiera– las de danza. Como no existe un motor de búsqueda por autor, el lector podría iniciar ese tipo de búsqueda sólo en caso de conocer previamente al crítico/periodista, en cuyo caso, aparecerán sus artículos publicados en orden cronológico inverso, desde el más reciente hasta el más antiguo. Laura Falcoff es la especialista en danza dentro de ese portal. A lo largo del mes de noviembre de 2021 aparecen seis artículos de danza, cinco de ellos son acerca de puestas de ballet. El primero (25/11/2021) realmente fue publicado en la Revista Ñ (una revista semanal del mismo diario, pero que se vende aparte) y es acerca del *streaming* de cinco piezas del coreógrafo inglés Matthew

Bourne, que podrían verse por la plataforma Teatrix.³⁶ El segundo artículo (23/11/2021) es sobre una versión –posiblemente neo clásica, según autodefine su estilo el coreógrafo– de El Lago de los Cisnes en el Teatro El Nacional, y es una nota con formato entrevista al coreógrafo Jorge Amarante.³⁷ El tercero (15/11/2021) informa sobre una puesta de La Sylphide con los alumnos del ISA (Instituto Superior de Arte del Teatro Colón) en el Auditorio Belgrano,³⁸ curiosamente, aparece categorizado como Espectáculos: TEATRO. El cuarto (11/11/2021), es sobre otra puesta del ballet El lago de los Cisnes, también es una publicación original en Ñ.³⁹ Por lo general, las notas publicadas en Ñ tienen mayor extensión y allí Falcoff se permite profundizar en cuestiones que no podría abordar en las notas del diario. En este caso expone una serie de características específicas del ballet, incluyendo nociones acerca de su lenguaje y, en general, particularidades de la danza. Escribe también acerca de los clásicos de repertorio y reflexiona acerca de esta nueva puesta en comparación con las versiones más notables y conocidas. El quinto artículo (9/11/2021)⁴⁰ cuenta el segundo programa del año del ballet del Teatro Colón y aparece en la categoría Espectáculos (ni teatro ni danza), mientras que el último artículo (5/11/2021)⁴¹ es acerca de la programación de diferentes puestas de Marius Petipa, también en el Teatro Colón y en el Centro Cultural Konex (en Espectáculos / Teatro).⁴² En general, podría decirse que la tendencia del diario en cuanto a sus últimas publicaciones de danza, es de largas notas de corte más histórico. Laura Falcoff es además coreógrafa y directora en actividad, e incluso intérprete en su obra *Así se baila el tango*.

Sitio web: <https://www.clarin.com/>

³⁶ Ver: https://www.clarin.com/revista-enie/escenarios/matthew-bourne-cenicienta-belica-cisnes-masculinos_0_TiabSscmX.html [vista: 01/12/2021]

³⁷ Ver: https://www.clarin.com/espectaculos/lago-cisnes-manera-distinta-abordar-clasico-clasicos_0_pmtlDjIFg.html [vista: 01/12/2021]

³⁸ Ver: https://www.clarin.com/espectaculos/teatro/sylphide-joya-ballet-romantico_0_DNjIYHth4.html

³⁹ Ver: https://www.clarin.com/revista-enie/escenarios/-lago-cisnes-nueva-apuesta-eternidad_0_kGcLXx9YB.html [vista: 01/12/2021]

⁴⁰ Ver: https://www.clarin.com/espectaculos/ballet-estable-colon-vuelve-escena-menu-clasico-moderno_0_OuGKFPazh.html [vista: 01/12/2021]

⁴¹ Ver: https://www.clarin.com/espectaculos/teatro/colon-konex-fin-semana-marius-petipa_0_aFKJeGysS.html [vista: 01/12/2021]

⁴² Las notas son descriptas en el orden que aparecen en el portal, de la más reciente hasta la más antigua.

La Nación espectáculos: Laura Cherkoff / Néstor Tirri / Alejandro Cruz / Constanza Bertolini

Si se busca en la sección espectáculos, en el sitio lanacion.com.ar, el lector podrá desplegar la opción cartelera de cine y cartelera de teatro. Entre las 10 obras que aparecen en el inicio hay una única de Danza, se trata de *El porvenir* de y dirigida por Eleonora Comelli para el Ballet contemporáneo del Teatro San Martín. Respecto de esta sección vale aclarar que, efectivamente, se trata de una cartelera que sólo incluye información básica de las obras incluidas. Hay además un enlace a información relacionada, propuesta a través de *Otras obras en este teatro*, es decir que nos remite a otras dos producciones del Teatro San Martín, ninguna de ellas de danza.

Desplegando la sección *Sociedad*, y luego *Cultura*, de las 30 notas que ofrece el portal, ninguna es de danza.

Al poner en el buscador el nombre de Nestor Tirri, que es uno de los históricos periodistas de danza, se despliega otro menú que no estaba en el inicio, donde aparecen por separado: *Espectáculos*, *Danza*, *Teatro* y *Cultura* entre otras categorías. Si entramos de aquí a *Danza*, aparece una única nota de Tirri en el mes de octubre. Es del día 22, sobre una obra del reconocido coreógrafo Oscar Araiz. La nota, que es entre descriptiva y poética, comparte y pone en relación varios datos históricos (la obra en cuestión es una suerte de homenaje). Hay una calificación bajo el título de “nuestra opinión” y es excelente.⁴³

Si iniciamos la búsqueda a partir de Constanza Bertolini, que es la Editora Jefe de la sección *Cultura*, aparecen 6 artículos en el mes de noviembre. El primero (2/11/2021) es acerca de la apertura de un nuevo espacio cultural llamado “Arthaus” en el microcentro de Buenos Aires.⁴⁴ El segundo (5/11/2021) es acerca de un libro (*Las preguntas de Furlong*),⁴⁵ recién el tercero (12/11/2021) es sobre danza y se presenta con la siguiente bajada: “se reanimó la cartelera y las artes del movimiento lo saben: clásico, tango y contemporáneo, independiente, alternativo y oficial, en todas las escenas y los estilos hay algo para ver”.⁴⁶ Efectivamente, actúa como una suerte de cartelera que parece, en la mayoría de los casos, reproducir y apenas ampliar las respectivas gacetillas de prensa – salvo en el caso del Ballet estable del Teatro Colón, donde toma mayor partido y opina

⁴³ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/una-ceremonia-de-solos-que-expone-el-genio-y-las-influencias-de-un-coreografo-impar-nid22102021/>

⁴⁴ <https://www.lanacion.com.ar/cultura/arthaus-central-lanzan-un-nuevo-centro-cultural-que-buscará-revitalizar-con-arte-el-microcentro-nid02112021/>

⁴⁵ <https://www.lanacion.com.ar/opinion/manuscrito-las-preguntas-de-furlong-nid05112021/>

⁴⁶ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/la-semana-en-danza-sobran-las-razones-para-bailar-todos-los-dias-nid12112021/>

incluso, sobre el desempeño de algunos bailarines—, ofreciendo una selección de opciones de los circuitos oficial (ballet y contemporáneo), alternativo y *streaming*.

La cuarta nota es del 18/11/2021 y tiene la etiqueta de *Danza*, pero en realidad es una nota de cultura acerca de una anécdota de cómo Federico Klemm adquiere un traje de pitón de su admirado Rudolph Nureyev.⁴⁷

La quinta es una nota de opinión sin ningún vínculo con la danza (aparentemente se trata de una sección llamada Manuscrito, a la que también pertenecía el artículo sobre el libro), mientras que la última (21/11/2021), es sobre la puesta de Jorge Amarante sobre el Lago de los Cisnes (con diferencia de dos días respecto de la nota la publicada por Clarín).⁴⁸

Laura Chertkoff es otra periodista especializada en Danza, que tiene también una columna sobre danza en Radio de la Ciudad, además de haber colaborado en Revista Revol. Actualmente es becaria de la UNA para la finalización de su Doctorado en Artes. Iniciando la búsqueda con el mismo mecanismo que con sus colegas, aparecen en el sitio de La Nación 4 artículos publicados durante el mes de noviembre. El más antiguo (3/11/21) lleva las etiquetas de *Danza*, *Laura Chertkoff*, *Ballet* y *Danza* (la etiqueta de *danza* aparece repetida), y es una entrevista a la ex bailarina Eleonora Cassano titulada: “Eleonora Cassano: su debut como conductora, su ‘matrimonio’ con Julio Bocca y ser tapa de Playboy: ‘Mis decisiones fueron siempre como tirarme a la piletita’”. Es una entrevista personal en la que pasea por varios momentos significativos de su carrera profesional y de su vida después de dejar el ballet, en el contexto del lanzamiento de un nuevo programa de danza para canal A, que la tendrá por conductora y protagonista.⁴⁹

Al día siguiente y con las etiquetas: *Danza*, *Espectáculos*, *Ballet*, *Danza*, una curiosa nota titulada: “Paso a paso: cómo se baila Tchaikovsky, en una gala con lo mejor de su repertorio”, en la que, con motivo de una gala de Ballet en el Konex, destinada a Tchaikovsky, Mario Galizzi da cinco claves para interpretar los ballets clásicos.⁵⁰

⁴⁷ <https://www.lanacion.com.ar/cultura/genio-y-figura-federico-klemm-y-la-encantadora-historia-detras-de-una-excentrica-pieza-de-museo-el-nid18112021/> [vista: 10/12/2022]

⁴⁸ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/el-lago-ahora-sin-eufemismos-una-mirada-contemporanea-al-clasico-de-los-clasicos-del-ballet-nid21112021/> [vista: 10/12/2022]

⁴⁹ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/eleonora-cassano-su-debut-como-conductora-su-matrimonio-con-julio-bocca-y-ser-tapa-de-playboy-mis-nid03112021/> [vista: 10/12/2022]

⁵⁰ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/paso-a-paso-como-se-baila-tchaikovsky-en-una-gala-con-los-mejor-de-su-repertorio-nid04112021/> [vista: 10/12/2022]

La siguiente nota es del 12 de noviembre, con las etiquetas de *Danza, Espectáculos, Danza*, una nota sobre el 18º Festival internacional de Videodanza de Buenos Aires, dirigido por Silvina Szperling.⁵¹

Y finalmente, publicada el 20 de noviembre y con las mismas etiquetas, una nota acerca de los 40 años del ciclo danza abierta, emblema del retorno de la democracia a través de la danza.⁵²

Por último, iniciando la búsqueda a partir de *Alejandro Cruz Danza (7/12/2021)* aparecen dos notas del mes de noviembre. La más reciente (26/11/2021) tiene cinco etiquetas: *Teatro, Espectáculos, Críticas, Danza y Música electrónica*; precisamente, el título es: *Carne argentina (preludio para un cyborg de las pampas), una propuesta de cruces de lenguajes*. No hay un “nuestra opinión” pero sí 3 estrellas. Aquí Alejandro Cruz destaca el trabajo de los dos intérpretes más conocidos y deja ver que, a su criterio, la obra es débil en el trabajo dramático.⁵³

La siguiente es del 19/11/2021, lleva las etiquetas *Danza, Espectáculos, Streaming y, otra vez, Danza*. Es una suerte de reseña reflexiva que describe la última producción del coreógrafo Pablo Rotemberg, poniendo en relación sus obras anteriores que, como se deja ver y se puede comprobar, Alejandro Cruz bien conoce. Por lo demás, enuncia que es el mismo Rotemberg quien hace una revisión de su trabajo a través de esta pieza.⁵⁴

La tercera nota nos aleja hasta el 20 de agosto de 2021. Las etiquetas son *Danza, Espectáculos, Fiba (teatro), coronavirus en la Argentina y Teatro Cervantes*. Es una entrevista relatada con las impresiones de la visita de Cruz a un ensayo general. La obra en cuestión es una pieza de la joven cordobesa Celia Argüello Rena, junto a un equipo de bailarines que, según se desprende de la lectura, el crítico bien conoce y admira (se pueden rastrear las notas a trabajos anteriores de cada uno de ellos y que el propio Cruz menciona).⁵⁵

⁵¹ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/festival-videodanzaba-2021-mucho-para-ver-nid12112021/> [vista: 10/12/2022]

⁵² <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/los-40-anos-de-danza-abierta-un-ciclo-que-marco-el-inicio-de-una-etapa-con-libertad-y-dejo-su-huella-nid20112021/> [vista: 10/12/2022]

⁵³ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/carne-argentina-preludio-para-un-ciborg-de-las-pampas-una-propuesta-de-cruces-de-lenguajes-nid26112021/> [vista: 10/12/2022]

⁵⁴ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/las-naderias-de-un-creador-clave-de-la-danza-independiente-nid19112021/> [vista: 10/12/2022]

⁵⁵ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/una-obra-de-danza-que-se-apropia-de-la-gestualidad-canina-y-sale-de-la-cucha-al-encuentro-con-el-nid20082021/>

Para finalizar, las dos siguientes son del mes de mayo de 2021 (16 y 18) y están relacionadas con la muerte por covid del reconocido coreógrafo Luis Biasotto, a quien Cruz visitó en cada uno de sus trabajos.⁵⁶

Sitio web: <https://www.lanacion.com.ar/>

Página 12: Carolina Prieto

En el sitio web de este diario, la categoría más afín sería el suplemento *Cultura y Espectáculos*, sin ninguna sub pestaña que nos lleve a danza ni a teatro. Al ingresar en la sección no hay ningún artículo de danza [Visto el 30/11/2021].

Si se pone la palabra *Danza* en el buscador, el artículo más reciente que aparece es del 18 de febrero de 2021. La foto tiene una etiqueta que dice *Recomendadas*, pero al intentar entrar al enlace nos remite a “error, página no encontrada”.

La siguiente nota es del 12 de diciembre de 2018 y parece haber sido publicada en la sección *Visto&Oído*. Se titula *Danza integradora*, no lleva firma ni foto y está escrita en un único párrafo que tiene todo el aspecto de ser una gacetilla de prensa. Curiosamente, en tercer lugar aparece una nota del 2 de julio de 2021, aparentemente publicada en la edición rosarina (Rosario 12), titulada *Pasos de Danza*.

Sólo se accede a las notas de danza buscando por su autor, es decir que hay que conocerlo previamente para encontrar las notas que, en su mayoría, son publicadas dentro de *Cultura y Espectáculos*.

Al chequear las notas subsiguientes, se puede comprobar que el buscador muestra todos los artículos que contengan la palabra danza, aunque no sean de acerca de esa temática (por ejemplo “*Danza de la fortuna*”, acerca de la 4ta temporada de la serie *Billions* en Netflix), y además lo hace en forma desordenada y no cronológica.

Eventualmente aparecen artículos de danza a través de los diferentes suplementos: *Radar*, *Las 12* e incluso *Soy*, si el evento tuviese temática LGTBI, pero ni existe un suplemento específico ni un periodista especializado. Carolina Prieto suele escribir las notas de danza, pero no es una periodista que esté popularmente asociada a la danza, como sí lo están sus colegas de Clarín y La Nación. Si se busca por autor, su nota más reciente es del 19 de julio de 2020 y es un informe acerca de cómo en el contexto de pandemia y a partir del trabajo del Movimiento Federal de Danza, el sector fue reconocido dentro de las industrias culturales.

⁵⁶ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/murio-de-covid-19-luis-biasotto-un-verdadero-mago-de-la-danza-contemporanea-nid16052021/> y <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/la-danza-esta-de-luto-los-artistas-despiden-a-luis-biasotto-nid18052021/>

Dentro de *Las 12*, Alejandra Varela publica en la sección *Escena* y ha escrito sobre espectáculos de danza. En *Inevitables*, que es una de las secciones del suplemento *Radar* también puede aparecer alguna recomendación. En general, no se encuentran rastros de crítica en el sentido que la hemos definido, sino más bien la construcción de un acompañamiento del trabajo de los artistas de la danza. Por su parte, no hemos encontrado entre las publicaciones de noviembre artículos acerca de producciones comerciales, sino por el contrario, sobre todo notas que abordan el trabajo de artistas de los circuitos independiente y oficial, lo que, en relación con Clarín y La Nación, resulta una singularidad.

Sitio web: <https://www.pagina12.com.ar/>

Perfil: Analía Melgar

En el portal principal no hay ninguna entrada directa hacia cultura y/o espectáculos. Desplegando el menú de opciones aparecen distintas secciones entre las que la más cercana a los fines de nuestro relevo, pareciera ser *Ocio*.⁵⁷

La sección se subdivide en *Espectáculos*, *Turismo*, *Videos* y *Críticas*, pero está última sólo son de cine y TV, y luego desde *Sociedad*, se despliega *Ciencia*, *Tecnología*, *Cultura*, *Arte*, *Protagonistas* y *Educación*. En ninguno de estos se encontraron noticias de danza, pero incluyendo la palabra *Danza* a través del buscador aparecieron noticias antiguas, curiosamente, todas relacionadas con Iñaki Urlezaga y el Ballet Nacional Danza.

El diario Perfil se consideró para el relevamiento porque cuenta con una colaboradora especializada en danza: Analía Melgar, que ha editado al menos un libro de Danza⁵⁸ y también escribe reseñas de danza para la revista del Centro Cultural de la Cooperación. Sin embargo, al iniciar búsquedas con su nombre, aparece una entrevista realizada a la Actriz Lorena Vega (5/3/2021), acerca de su obra *Imprenteros*, con funciones en el teatro Metropolitan Sura al momento de la publicación.⁵⁹ Aleatoriamente, una entrevista a la actriz Natalie Pérez, acerca de la segunda temporada de *Pequeña Victoria*, un programa de TV emitido por Telefé (5/9/2021) y finalmente, una entrevista a Igor Yebra Director del

⁵⁷ En la consulta del 5/12/2021, *Ocio* es la única sección fuera de servicio, de modo que ampliaremos sobre consultas realizadas con anterioridad.

⁵⁸ Se trata de *Puentes y Atajos, Recorridos por la danza en Argentina*, publicado en 2005 por la editorial De los cuatro vientos.

⁵⁹ Vale la pena aclarar que dicho teatro pertenece al Circuito comercial pero que desde antes de la Pandemia viene destinando un espacio para producciones muy exitosas surgidas del circuito independiente, como es el caso de *Imprenteros*. En términos de Mónica Berman, éste representa un claro ejemplo de canonización según el cual el circuito de producción comercial y los medios hegemónicos validan las producciones más destacadas de la escena independiente

Ballet Nacional del Sodre (28/11/2020). La nota siguiente es una entrevista al bailarín Mikhail Barishnikov, pero es del 9 de septiembre de 2017.

Sitio web: <https://www.perfil.com/>

Infobae: es otro de los diarios que, si bien no tiene edición en papel, tiene gran presencia digital. Definitivamente, no tiene una entrada para danza. Se inició una búsqueda a partir *Sociedad* y, a partir de allí *Cultura*. Esta sección tiene una categoría de *Teatro* que no arrojó ningún resultado de danza. Los artículos aparecen en lista vertical, mostrando una foto, el título de la nota y la tradicional bajada. Al hacer *click* en una foto que, por lo que deja ver, podría pertenecer a un espectáculo de danza, nos encontramos con una nota acerca de la obra “Pieza para maniqués y un actor de reparto”,⁶⁰ curiosamente, escrita por su directora, Ana Alvarado (al leerla nos enteramos de que no se trata de una pieza de danza). Para corroborar si todas las notas son escritas por sus directores, entramos en una nota posterior acerca de la obra “Rota”, y corroboramos que está escrita por su director, Mariano Stolkiner.⁶¹ La palabra danza, en el buscador, arroja notas en inglés, de artículos que contienen la palabra danza pero no necesariamente están relacionados con la danza.

Sitio web: <https://www.infobae.com/>

Revista Noticias: Patricia Casañas

La revista noticias es un caso atípico entre las publicaciones de este apartado, porque no es un periódico y, sin embargo, a nivel de las publicaciones en formato revista, ocupa un espacio entre las hegemónicas en cuanto a su popularidad. Según el sitio D-Revistas.com, está dirigida a un target de consumidores de nivel socio-económico medio-alto y está posicionada como la revista de opinión y actualidad de mayor venta neta de Argentina.⁶² Sigue siendo una revista impresa y cuenta también con su edición digital.

Hemos decidido incluirla en forma posterior, atendiendo a la particularidad de que cuenta con una sección especial de danza, lo que desconocíamos hasta abril de 2022; por lo tanto, las búsquedas no pertenecen a noviembre de 2021.

Se accede a la sección de danza de forma bastante intuitiva, a través de la sección de Cultura y es, posiblemente, la que ofrece una organización más clara de entre los medios tradicionales. Una vez ingresado a la sección, las últimas notas están presentadas en una misma pantalla, con fecha y firma, todas de Patricia Casañas quien es presentada como

⁶⁰ Ver: <https://www.infobae.com/cultura/2022/03/29/una-obra-sobre-la-pasion-de-vivir-el-teatro-en-propia-piel/> [vista: 30/4/2022]

⁶¹ Ver: <https://www.infobae.com/cultura/2022/03/26/algunas-ideas-sobre-rota-como-enfrentar-el-drama-siendo-la-madre-del-femicida/>[vista: 30/4/2022]

⁶² Ver: <https://d-revistas.com/revistas/noticias/> [vista: 15/4/2022]

“Periodista crítica de danza”, lo que también es una novedad en relación con el resto de las publicaciones.

Esta pantalla nos muestra un total de 5 artículos, dos con fecha de marzo de 2022 (18 y 2, según el orden en que aparecen, aunque el del día 2 que es una nota sobre *Fuck me*, de Marina Otero, se encuentra destacado al centro con mayor tamaño), otra es del 16 de diciembre de 2021, y es acerca de los diez años del grupo Cadabra de Analía Tuliano. Curiosamente, la cuarta es del 22 de octubre de 2021, acerca de la gala del Buenos Aires Ballet de Federico Fernández, y la quinta y última, que es del 16 de agosto de 2021, es acerca de la misma compañía.⁶³

En primera instancia podemos decir que, así como la presentación del contenido es fácil de encontrar y está bien organizada, las notas son pocas y esporádicas. Además, no hay forma de encontrar notas anteriores a las propuestas en esta única pantalla. La opción que hemos encontrado fue poner en el buscador “Patricia Casañas 2021” donde aparecieron algunos artículos más, uno de ellos es en realidad del 28 de noviembre de 2020, acerca de una función por *streaming*, nuevamente, del Buenos Aires Ballet, y finalmente, una nota del 4 de abril de 2021 sobre dos espectáculos que prepara el coreógrafo Mauricio Wainrot –uno de ellos para el Ballet Contemporáneo del Teatro San Martín y otro para el Ballet del Sodre de Montevideo–.

Si bien las notas tienen una parte descriptiva, existe también reflexión y análisis de cuestiones muy inherentes al lenguaje del movimiento, lo que también es algo poco frecuente entre sus colegas. En casi todos hay una sutil calificación, en las notas más antiguas mediante un sistema de asteriscos que podría pasar como un error de encriptado de la página pues no son idénticos en forma y tamaño en todas las notas, y en la más reciente (sobre la puesta de la obra *Cantata* del Italiano Mauro Vigonzzeti para el Ballet Contemporáneo del Teatro San Martín) los asteriscos fueron reemplazados por estrellas.

También resulta llamativo que, a través de la lectura de la nota sobre *Fuck me* de Marina Otero, podría deducirse que la obra no fue del gusto de Casañas, sin embargo, en vez de calificarla con pocos asteriscos o estrellas, no hay calificación alguna.

Sitio web: <https://noticias.perfil.com/>

⁶³ La visita al sitio se hizo el 15 de abril de 2022

2.5.C. Algunas conclusiones

En el artículo publicado en 2021 por el Instituto de Investigación y Experimentación en Crítica de Artes, Marcelo Pitrola hace un punteo bastante específico de diversos sitios web de crítica y blogs de críticos, que hemos decidido no incluir aquí fundamentalmente porque tienen un corte más bien académico (la mayoría son producidos por departamentos de investigación universitarios), y además no cuentan con una sección específica para la crítica de danza lo que, en realidad, responde a una decisión más que a una posibilidad o restricción en términos del espacio y costo económico que supondrían para dichos sitios. No obstante, nos ha resultado de gran interés la reflexión dedicada a los blogs para pensar el lugar que estos ocupan como espacio de convergencia y expresión singular, en el que pueden permitirse todo tipo de desvíos y corrimientos desde, hacia y entre lo académico y lo personal, para deleite de quien escribe y de sus seguidores. Allí se dedica a analizar los ejemplos de *Máquina de escribir* (de la profesora universitaria, crítica e investigadora Mónica Berman), *El caleidoscopio de Lucy* (del crítico Daniel Gaguine) o *Me cago en la bohemia* (un blog llevado adelante por Macarena Trigo, dramaturga, actriz, docente) (Pitrola, 2021).

Lo que encontramos como denominador común en nuestro relevamiento, ya sea en medios tradicionalmente hegemónicos, medios especializados consolidados, y medios no especializados con secciones específicas y/o colaboradores especializados en danza, es que a lo largo del tiempo y de los diferentes artículos, se va configurando una unidad entre el género de la danza y el periodista que lo aborda; así, se produce un reconocimiento y expectativa por parte del lector, respecto de las temáticas o perfil de contenidos acerca de los cuales cada crítico se ocupa. Esta particularidad se hace más evidente en diarios como La Nación, porque cuentan con varios periodistas y pueden permitirse dicha especialización (aunque el caso de Bertolini puede resultar confuso porque no sólo escribe acerca de danza), mientras que sería difícil aplicar a Clarín donde Laura Falcoff se ocupa de todos los géneros de la danza. Sin embargo, aquel que los siga y lea sus notas con regularidad, podrá ir descubriendo los gustos e intereses personales de cada autor, incluso los de Falcoff o de Patricia Casañas, como hemos visto. Esto se desprende del tipo de abordaje que emplean, pero sobre todo de la selección de objetos que hacen. Recordemos que, en general, al menos en cuanto a artes escénicas, suele ser el periodista el que propone las notas de su interés, aunque luego haya un editor que decida cuales son los artículos que, efectivamente, se han de escribir y publicar. De este modo, resulta evidente que, por ejemplo, Constanza Bertolini, se siente más cómoda cuando se ocupa de obras de ballet que cuando la leemos expresarse acerca de otros géneros dentro de la danza y, es probable, que quienes la siguen en forma personal a través de sus notas, lo hagan por una afición propia al ballet. Por su parte, Alejandro Cruz

atiende a una selección –tal vez un poco estrecha, en cuanto a la variedad de artistas de los que se ocupa– de las producciones de lenguaje más contemporáneo o con cruce de lenguajes, y resultaría muy extraño encontrarse con una nota suya respecto de un evento de ballet. El caso más extremo es, seguramente, el de Analía Melgar que, como hemos mencionado, dio un giro total en cuanto a los objetos de su abordaje en diario Perfil pero, además, porque cuando publica reseñas en la revista del Centro Cultural de la Cooperación, estas son fundamentalmente descriptivas y su lugar de enunciación es radicalmente distinto del que emplea en sus artículos para el diario. Como afirma Irazábal, “esto no obedece al crítico sino al medio, porque el mismo crítico que colabora con el ‘gran diario’, fuera de esa estructura puedo recurrir a un tipo de concepción crítica diferente” (Irazabal, 2006, pág. 20)

En cuanto a los grandes diarios, no parecen ser tan importantes los créditos del crítico como la validación que proporciona ser publicado por tal o cual periódico, y ser reencontrado allí a través del tiempo. En cambio, para los críticos que publican en medios emergentes o de menor envergadura, parece más necesaria la acreditación de antecedentes, o bien, la simultánea actividad en diferentes medios. Si es posible suponer que los lectores de artículos de danza pertenecen a un círculo común y entonces, se informan de manera simultánea a través de varios medios, ya sea porque los consumen o porque les llegan a través de sus contactos en redes sociales, también se podría pensar que un crítico que reaparece simultáneamente en distintos medios, comienza a ganar notoriedad y en consecuencia renombre. De modo que la validación que no puede ser obtenida por el peso del nombre de una publicación (de un medio tradicional y hegemónico), parece constituirse en el círculo de los medios alternativos a través de la cantidad, es decir, de la aprobación de diversos espacios comunicacionales o de un grupo de pertenencia avalado por la comunidad. Es el caso de Segunda Cuadernos de danza, con Josefina Zuain a la cabeza que, como bailarina e investigadora, forma parte activa de la comunidad de la danza independiente porteña y tiene un grupo de pertenencia muy concreto –que se constituye a través de los artistas con los que suele trabajar, los colegas con los que crea e investiga, los artistas que publica en los libros de su editorial y/o redes, sus alumnos, los espacios en los que transita y exhibe su producción artística– el cual conforma, también, un modo de validar su trabajo y su portal. En ese sentido, y de forma inversa a lo que sucede con los grandes diarios, es muy posible que aquellos que la siguen lo hagan a título personal, antes que debido al aval del medio que la pública –aunque en este caso, y si bien se diferencia en mucho de un blog personal, es difícil separar el medio de la persona que lo ha creado y desarrollado desde su inicio.

Si la regularidad de las publicaciones parece ser un factor de relevancia en la relación realizador creativo-consumidor, de modo que, por ejemplo, muchos *youtubers* publican su

contenido un día a la semana en un horario relativamente estable y sus subscriptores esperan ese encuentro, así como muchos lectores de Clarín y La Nación esperan las tradicionales revistas VIVA o La Nación del domingo; este tipo de continuidad no parece aplicar a los lectores de publicaciones de danza en ningún medio. Esta costumbre existía anteriormente con las publicaciones impresas de Balletindance o Sobrebue; los consumidores sabían dónde encontrarlas y que, con cada mes, aparecería un nuevo número. Sin embargo, a partir de la digitalización de los contenidos, en este campo específico parece haberse perdido toda expectativa de regularidad; esta falta de previsibilidad juega en contra de un consumo planificado y de la generación de expectativas en relación con una nueva publicación. En ese sentido los medios digitales apelan a que a través de las suscripciones, los usuarios reciban notificaciones cada vez que hay una nueva publicación, pero esto no aplica para todos los medios, y definitivamente, no para los artículos puntuales de danza en los diarios tradicionales.

En cuanto a la relación de fidelidad, podríamos arriesgar como hipótesis y en un sentido amplio que, para los consumidores regulares de medios tradicionales el reencuentro es con el medio antes que con el periodista (como hemos dicho, Laura Falcoff es “la periodista de danza de Clarín”, pero esta asociación se constituye con una contundencia en el contexto de la comunidad de la danza que seguramente es mucho más débil entre los lectores esporádicos o no específicos); mientras que en los medios más pequeños y/o especializados sucede a la inversa, la identificación es con la persona que firma. Esto aplica por sobre todo a los lectores de diario papel ya que en las ediciones digitales la búsqueda suele ser más específica y no es esperable que el lector lea toda una sección sino, más bien, que busque un artículo particular de su interés; pero apoyándonos en los datos consultados y expuestos, aquel que busca contenidos específicos sobre danza en grandes diarios, tendrá que priorizar a los autores muy por encima de los medios, aun si es que inicialmente conoció esos autores por su afición a algún medio en particular.

Respecto de estos críticos, no podemos decir que sean *figuras* en el mismo sentido en que puede pensarse, por ejemplo, a un *influencer*; si bien se sigue a un autor por su forma de pensar y/o escribir, podríamos suponer que existe un interés original y anterior en la temática que aborda. Además, no necesariamente son conocidos por su labor previa a la del espacio que actualmente tienen en el diario en cuestión. Si pensamos en la figura del crítico como un intelectual, tal como la definía Irazábal, aunque no se trate de crítica académica sino de la que circula por diarios y sitios web, debemos considerar aquello que señalan Verzero y Leonardi citando a Rémy Rieffel:

La legitimidad de la figura del intelectual ya no depende únicamente de su obra, de su talento y de los anteriores canales de afiliación (...), sino de una sociabilización resplandeciente, de redes liadas en las mallas del tejido universitario, editorial y mediático

En términos de Santiago Alba Rico (...) si el intelectual no es el que tiene el derecho a hablar sino la capacidad de persuadir, entonces hay que recordar que el saber general ha quedado hoy enteramente disuelto en el circuito de las mercancías y el espacio público resume sus límites, por tanto, en el mercado. (Lorena Verzero y Yanina Leonardi, 2010, pág. 43)

Definitivamente, cuando un crítico da espacio y atención a determinado artista o grupo de artistas, también está ganando el interés y la aceptación de la red de seguidores de esos artistas, consolidándose en un determinado espacio de pertenencia, así Constanza Bertolini será reconocida entre los balletómanos, mientras que Alejandro Cruz se posicionará entre los artistas y consumidores de la escena independiente.

Decididamente, el paso del papel a las ediciones digitales modificó por completo la relación entre el lector y las notas publicadas, primero en cuanto a la forma de encuentro (aquí nos referimos tanto a la búsqueda y localización de las notas como al vínculo que se establece a partir del dispositivo de lectura) pero también en cuanto a la asociación que el lector efectúa entre un periodista/crítico y un medio en particular. Un mismo artículo puede encontrarse en diferentes portales y puede ser el propio autor quien replica en su sitio o red social aquello que ha sido ya publicado en otro medio, lo que permite que el consumidor de crítica siga directamente al autor que le interesa antes que a los medios que lo publican y que no necesariamente responden a sus gustos e ideología. Sin embargo, no todos los autores tienen sitios personales, de hecho, la mayoría de los que hemos citados como referentes de los grandes diarios no lo tienen pero, gran parte de ellos, utiliza redes sociales bajo su nombre propio.

En cambio, el hecho de que un mismo autor firme notas en diferentes medios nos recuerda, entre otras cosas, que la crítica sigue siendo un trabajo remunerado, de modo que, si bien hoy un crítico o periodista cultural podría publicar todo su contenido por cuenta propia, sigue sujeto a todos aquellos medios que paguen por su trabajo. Además, escribir para determinados medios supone no sólo una legitimación de quien firma, sino también una multiplicación de su visibilidad. Sin embargo, tanto la cuestión económica cuanto la de la validación por un tercero, están relacionadas con concepciones arraigadas que, por un lado, no permiten quebrar con la hegemonía de los medios tradicionales (ya sea por masividad o por prestigio), y por el otro, tampoco permiten visualizar la posibilidad de monetizar su trabajo por otras vías como lo han sabido hacer los *youtubers*. En definitiva, la decisión acerca de dónde publicar, responde al deseo y los costos/beneficios de convertirse o no en un trabajador independiente. En general, la mayoría de los críticos que hemos citado como especializados en danza y que son publicado por grandes diarios, no suelen escribir para otros medios.

En relación con el cuestionamiento por la relativa facilidad que supondría incluir una sección de danza en un blog o sitio que se ocupa de artes escénicas, un crítico bien podría argumentar que no hay necesidad de tal cosa.⁶⁴ Pero son precisamente estos tipos de posturas –ya sea por empatía o antipatía– los que pueden suscitar el interés por un autor en particular. De este modo, y siguiendo con aquello que mencionábamos con relación a Constanza Bertolini y Alejandro Cruz, es de suponer que un lector que consulta un sitio para leer la última nota publicada por su autor preferido, se sienta frustrado o insatisfecho si se encuentra con que este ha abandonado su línea editorial personal conformada por todas aquellas cualidades estilísticas que caracterizaban sus notas. Así, en algunos casos se observa que un mismo autor va cambiando, según el medio, el circuito de producción que aborda o el lenguaje artístico del que se ocupa e, incluso, el género elegido para tal abordaje, pudiendo escribir críticas o presentar entrevistas. También incide el emplazamiento de la nota; así, el tipo de enunciación va a ser cambiante según todas estas variaciones, y un mismo autor, abordando distintos circuitos, lenguajes y géneros va construyendo en sus textos distintas propuestas enunciativas.

Así como pueden establecerse tendencias y tópicos en los contenidos en los que se especializa cada crítico, dicha asociación es extensible también a los medios. Según lo que se observa en la guía que hemos elaborado, La Nación demuestra una fuerte tendencia a ocuparse en primer lugar del ballet, de lo que se desprende que la priorización que efectúan los medios no sólo está ligada a un circuito de producción –aunque la gran mayoría de las producciones de ballet se realicen en el Teatro Colón, y por tanto en el circuito oficial– sino también a un género.⁶⁵ De este modo La Nación refuerza la asociación popularmente dominante de la danza con el ballet, igual que lo hace la Revista Noticias. Si pensamos en el nivel socioeconómico de los lectores de ambas publicaciones, podríamos asumir que la validación del ballet como eje principal de la producción en danza local, se relaciona también con la idea de mantener la danza como cultura de elite. Por otra parte, también es importante señalar que supone un riesgo agrupar a los medios hegemónicos en cuanto a la caracterización y cobertura que ofrecen acerca de la danza en nuestra ciudad, ya que los tres diarios más importantes operan de forma muy diferente. La Nación es por tradición el diario que guarda mayor espacio para la crítica, lo que en términos cuantitativos se refleja en que cuenta con cuatro periodistas que escriben alternativamente sobre danza, mientras que Clarín sólo tiene uno y Página 12,

⁶⁴ Algunas posturas argumentan que danza y teatro no son necesariamente algo diferente. “Todo el teatro es danza”, afirma Bob Wilson en una conferencia de prensa respecto de la ya referida *Letter to a man* (ver: <https://balletindance.com/2017/11/10/nada-es-conceptual/> [visto: 7/5/2022])

⁶⁵ En realidad, sería muy extraño y no somos capaces de citar algún caso, en el que una producción estrenada en el circuito oficial, ya sea de danza, títeres o teatro, no haya recibido mención por parte de los grandes diarios.

actualmente ninguno. Sin embargo, de entre todos estos autores, Laura Falcoff (Clarín) es la que tiene mayor versatilidad en el abanico temático y los circuitos de producción sobre los que escribe y, probablemente, la más reconocida como periodista especializada en danza; en consecuencia, podríamos arriesgar que una crítica suya, es de las que suponen mayor prestigio y efectividad para cualquier artista, al menos en términos del alcance de su difusión. Curiosamente, Laura Falcoff cuenta sólo con 761 seguidores en su perfil de Instagram, al 20/3/22, Laura Chertkoff con 525, Constanza Bertolini con 1077, Alejandro Cruz tiene 1517 y Néstor Tirri apenas 31, mientras que no hemos podido encontrar un perfil público de Analía Melgar y Carolina Prieto. Si bien hemos dicho que la mayoría de estos periodistas no tiene un sitio específico propio, como un blog o *website*, algunos *repostean* en sus perfiles personales de Instagram las notas que publican en medios o los enlaces para llegar a ellas. Otros, como Falcoff, mantienen su cuenta como un espacio personal, o bien, relacionado con otras actividades profesionales ajenas a su trabajo en Clarín o Ñ. Podemos suponer que aquí opera una cuestión generacional: ninguno de estos periodistas es menor de 40 años, lo que no implica necesariamente que deban ser impopulares entre jóvenes menores de 32 años, pero si nos obliga a reflexionar acerca de su interés y habilidad en el uso de redes sociales como Instagram o Twitter y las implicancias que esto pueda tener en sus formas de llegar a nuevas y jóvenes audiencias.⁶⁶ Esta cuestión es notable, porque la popularidad de estos periodistas, en lo que respecta al ambiente de la danza, nunca estuvo sujeta al efectivo consumo de esos diarios; sin embargo este lugar de relevancia parece haber cambiado, o al menos, eso indican los datos obtenidos de sus respectivas redes. No debemos olvidar que las redes sociales son efectivamente un medio de contacto con toda aquella persona de nuestro interés y con la cual, posiblemente, no se tenga otra forma de acceso. Josefina Zuaín, por su parte, es seguida por 5361 personas [vista: 20/3/22].

Desde ya, no es posible afirmar que los artículos que los grandes diarios escriben acerca de la danza son exclusivamente calificativos. Sin embargo, cuando no lo son, habitualmente tienen lugar restricciones temáticas o se evidencia el uso de mecanismos como la puesta de puntajes o la necesidad de justificar el espacio otorgado a determinados artistas u obras, es decir, que ofrecen una mirada reduccionista sobre aquello que presentan y se refieren. Nos referimos a una reducción en el sentido del valor que se le confiere y, al mismo tiempo, a la narrativa de lo que se presenta como la actividad de la danza de la ciudad. Si bien desarrollaremos esta cuestión en otro capítulo, aquí podemos señalar que, frente a una extensa oferta de producciones en cartel, los medios tradicionales se ocupan más o menos de las mismas dos o tres que reaparecen en

⁶⁶ Utilizamos el número 32, que es la edad límite que establece la Bienal de Arte Joven para la programación de artistas.

todos los casos y, en ocasiones, con una insistencia absurda.⁶⁷ También, hay que agregar que se ha identificado en muchos artículos una función pedagógica, en cuanto a lo que se revela como la necesidad de introducir a un lector no especializado, en determinados aspectos que se supone desconoce acerca de –mayormente– el ballet, o los personajes y las lógicas del circuito independiente.

Por otra parte, los referentes teóricos citados no evidencian a través de sus textos un acuerdo respecto de que los medios alternativos y/o especializados se ocupen necesariamente de las producciones que dejan por fuera los medios hegemónicos, ni mucho menos, que el abordaje que realizan sea más fiel a aquello que, desde este trabajo, consideramos una crítica más comprometida con el hecho artístico y sus condiciones de producción y reconocimiento. De hecho, existen algunos casos de periodistas que publican tanto en medios masivos como independientes, abarcando los distintos circuitos; como es el caso de Sandra Comisso que escribe sobre teatro para Clarín, y a su vez, tiene su propio sitio *Todo Teatro* en el que publica entrevistas y críticas que oscilan sin distinción, entre artistas y producciones de los diferentes circuitos.⁶⁸ Esto no nos habla realmente de las preferencias estéticas de Comisso, sino de su intención de dar un espacio a producciones, artistas y sucesos que evidentemente no puede incluir entre los contenidos de “*el gran diario argentino*”. Para Ana Seoane, en las artes escénicas, no ha sucedido aquello que sí ha podido identificar en el cine como una gran brecha entre el discurso de los críticos de las revistas especializadas y el de la mayoría de los periodistas a cargo de las páginas cinematográficas en diarios:

En nuestro mundo teatral, ni siquiera las páginas web han tomado el desafío de analizar los espectáculos, imperan también allí no sólo los resúmenes de las obras, sino que se juega astutamente con las gacetillas de prensa (Seoane, 2010, pág. 27).

En un texto publicado hace casi veinte años, es decir, en un panorama radicalmente diferente, Yanes sostenía que la crítica es:

... un género de autor, por lo que siempre debe ir firmada, ya que la personalidad del crítico es un factor determinante de cara a su credibilidad por parte del público. Estamos frente a un género en el que la identidad del firmante es parte fundamental del texto, algo

⁶⁷ Por ejemplo, el caso de Casañas con la Compañía de Federico Fernández, que sólo se justifica si pensamos que hay mucho menos regularidad en sus apariciones dentro de la Revista Noticias, respecto de la que podría tener en un diario.

⁶⁸ A la fecha de consulta (5/01/22), sólo había cuatro críticas disponibles de entre 2019 y 2021. Comisso no fue incluida en el relevamiento pues no se ocupa de la danza. Sitio Web: <https://todoteatro.com.ar/category/criticas/>

que sucede en la mayor parte de los géneros de opinión, aunque en este, si cabe, con más importancia. (Yanes, 2005, pág. 3)

No podemos afirmar que hoy exista una sujeción tal y, en todo caso, nos atreveríamos a decir que, lo que se puede observar en forma extendida, es que en gran parte el peso de la crítica se apoya en el medio que la presenta y sólo en algunos casos en el crítico que la firma, lo que seguramente se deba a dos cosas: no hay hábito de lectura de crítica sino lectura esporádica y, a partir de ello, es difícil establecer vínculo con alguien que no se conoce ni se ha visto nunca; en ese sentido, parece seguir presentando un plus la identificación –cuanto menos– como un rostro. Algunos medios parecen haber entendido esta necesidad de humanización de sus autores, e incorporaron fotografías de sus críticos junto a sus nombres, y en ocasiones hasta sus correos electrónicos.

Como hemos escrito unas líneas atrás, el peso que efectivamente puedan tener estas firmas para los lectores no puede adivinarse, de modo que no podemos generalizar la existencia de una estabilidad respecto a este tipo de validación y, mucho menos, una eficacia extensa que aplique a todas las generaciones, cuestión que revisaremos a continuación en términos de lo que supone el concepto de hegemonía.

En orden de otras reflexiones, cabría preguntarse en qué lugar quedan, como objeto de la crítica, las producciones audiovisuales que se han multiplicado en forma arrolladora a partir de la pandemia, presentando, entre otros nuevos desafíos para los textos críticos, la necesidad de una nueva designación genérica o, incluso, de lenguaje: una obra audiovisual de danza ¿debe categorizarse como audiovisual o cómo danza? Esto viene de la mano de la consolidación de un nuevo y fuerte circuito de consumo que podríamos sintetizar con el nombre con que suele denominarse la distribución digital de contenido multimedia: *Streaming*. Esta nueva forma de tráfico de contenidos se expandió a una velocidad inédita, democratizando un poco más el acceso del público, pero generando también cierta homogeneización entre producciones independientes, oficiales y comerciales, aunque considerando siempre las dificultades del circuito independiente para lograr visibilidad y, obviamente, afrontar los costos que puede implicar determinado tipo de producciones audiovisuales. Por lo demás, si bien los recursos de producción pueden variar abismalmente, hoy en día cualquiera con un teléfono celular de mediana calidad puede realizar contenidos extraordinarios. Como hemos dicho, este proceso también se extiende, tal vez en forma más lenta y menos eficiente a la crítica, con intentos de entrevistas y comentarios a través de *lives* en Instagram y Facebook, lo que en cualquier caso, supone cierta lógica, si pensamos que la crítica constituye un metadiscurso, debiendo observar primero su objeto antes de producir nuevos textos que den cuenta de él. Tal como sostiene Camilo Sánchez; “cuando se renueva una disciplina artística, se renueva el modo de escucharla”.

Respecto de aquellos espectáculos que intentamos caracterizar como comerciales de danza, en función de esa denominación que resulta tan clara para el teatro pero que, evidentemente, no es del todo equivalente para las artes del movimiento; no hemos encontrado notas publicadas durante el período de la muestra seleccionada o, como hemos necesitado aclarar, clasificamos como comerciales a algunas producciones en relación con la sala en la que eran presentadas, de modo que, si puede resultar chocante el término comercial aplicado a una obra de arte, debería tranquilizarnos aceptar que la rentabilidad o magnitud de un espectáculo no necesariamente guardan una relación intrínseca con su propuesta estética y poética o, al menos, no en lo que respecta a la danza. El problema surge de que esta categorización proviene originalmente del teatro y asocia lo comercial a fenómenos televisivos, tradicionalmente mal vistos desde el punto de vista de la cultura que observa las manifestaciones artísticas como hechos sublimes, profundos o elevados y reservando la televisión para fenómenos culturales populares y por ende, “menores”. En cualquier caso, pensando en la cantidad de espectáculos que hemos categorizado como comerciales, podemos suponer que no son las producciones predominantes en cuanto a cantidad en el ámbito de la danza –lo que explicaría también la dificultad a la hora de caracterizarlas– o bien, que no hubo producciones con estas características durante el período seleccionado y, finalmente, que el funcionamiento de la crítica en grandes diarios no es idéntico para la danza y el teatro.

Finalizando, nos es preciso resaltar un aspecto que hemos mencionado pero que merece mayor énfasis en tanto explica, en parte, aquello que reclama el sector como una falta de atención a su actividad, y al mismo tiempo, confirma nuestra hipótesis de que existe un lugar de vacancia para este género de la crítica: a la danza hay que rastrearla. Si consideramos que La Nación cuenta con cuatro colaboradores especializados, podría suponerse que hay una presencia continua y fluida de artículos de danza, no obstante, debido al formato y la presentación de su *website*, estas notas deben ser buscadas en forma muy precisa. La Nación da cuenta de una notable predisposición para con el ballet y, sin embargo, no es prioritario el espacio que se le otorga a la crítica. Incluso si una publicación estableciera un día fijo en la semana para sus artículos de danza, de acuerdo con el funcionamiento y la organización que hemos identificado, dicho artículo sólo aparecería entre los primeros durante el día de publicación, pero otra vez, esto implica un alto grado de azar o dominio de información previa, lo que nos devuelve al mismo lugar del que partimos: en los medios, la danza debe ser rastreada.

A modo de cierre, retomamos el poético y reflexivo texto de Camilo Sánchez en relación con el oficio de la crítica en los grandes medios:

Antes que nada, me gustaría destacar el lugar –de soledad, olvido, o rebeldía en el mejor de los casos– que ocupa un especialista en teatro en un diario de las grandes ligas. Aun

cuando en la sección se llegue a producir el texto más revelador de la jornada, esas palabras habitarán los confines (...) el teatro está ubicado al costado del camino, en un terreno algo perdido dentro de un espacio o suplemento que tiene luminarias mas convocantes (Sánchez, 2010, pág. 28)

3. Los medios y la danza

3.1. La crítica de la crítica

Dijimos que la crítica de teatro comercial encontró su espacio en los medios hegemónicos, fundamentalmente a través de la descripción y/o valoración, adoptando un formato de calificación tipo escolar que puede ser simplificado en términos de bien y mal, a través de nomencladores como: de 1 a 5 clarinetistas en el diario *Clarín*, o una escala de mala a excelente en *La Nación* y esquemas similares según el medio. Posteriormente, ya sea por gracia o simple comodidad, el formato comenzó a replicarse también en radio y televisión a través de comunicadores que asumían el rol de críticos y calificación a título personal como: “¿cuántas Catalinitas merece?”.⁶⁹ Es un formato que data de hace algo más de veinte años y que surgió por parte de los editores de los grandes medios periodísticos con el fin de facilitar la lectura, aunque, según afirma Seoane, lo que se buscaba era evitar la reflexión. “¿Entre un libro y su resumen cuánta gente elige lo primero?”, se pregunta la investigadora. (Seoane, 2010, pág. 27)

Lamentablemente, coincidimos en que esta forma de crítica deja por fuera cualquier tipo de diálogo o discusión con la obra y coloca al crítico en una posición más cercana a la de un juez, antes que a la de un observador y pensador del arte. En líneas generales, no suscita reflexión y sólo puede ser útil como artículo de difusión, ya sea como recomendación para alguien que busca entretenimiento, o bien, desde el punto de vista del artista, para engrosar su dossier, recibir adulaciones acerca de su trabajo o beneficiarse de la notoriedad que supone toda socialización, incluso si el comentario fuese negativo – suponiendo que pudiera haber un saldo positivo producto de la curiosidad que esto pudiera suscitar—. Sin embargo deberíamos considerar que el impacto de una crítica negativa funcionaría en forma radicalmente diferente según el tipo de producción o proyecto, y según los artistas a los que refiere. Si hay quienes sostienen que una crítica negativa podría conllevar resultados positivos en términos de difusión y convocatoria de espectadores, creemos que esto sólo podría funcionar en el contexto de figuras famosas y/o mediáticas; es poco probable que el promedio de espectadores que consume teatro independiente se acerque a ver una obra si sospecha que será “mala” a partir de los comentarios, profesionales o espontáneos, que le hubiesen llegado.

La crítica valorativa se publica sobre una base de presunciones respecto de los gustos e intereses del lector y, fundamentalmente, sobre el supuesto de que buena parte de los lectores no se comprometería con la lectura completa del artículo.

⁶⁹ Refiere a la personalización, en este caso en la figura de Catalina Dlugi, que en la década de 1990, comentaba “noticias del espectáculo” en programas de aire de gran rating.

(...) así como la sección "información general" entendió que debe esforzarse para que toda la información se encuentre en el título, en la bajada y en el pie de foto, el suplemento de espectáculos entendió que gran parte de sus lectores sólo consumirá el recuadro de la calificación, qué sólo un sector mínimo, especializado y ocasional, leerá la totalidad del texto crítico... (Irazabal, 2006, pág. 25)

El problema que esto supone –tal como lo reclamaban los profesionales porteños de la danza– es que, por lo esquemático y simplificado del recurso, no deja lugar a ningún aporte significativo para el arte, el artista o el consumidor de arte; pero sobre todo, que gracias a la masividad con la que se impone frente a otros discursos que no logran alcanzar notoriedad, acaban posicionándose popularmente como todo aquello que la crítica es y lo que puede esperarse de ella. Queda propuesto un juego estereotipado que opone a críticos con artistas para caracterizar a los primeros como verdugos o adoradores, empobreciendo su rol, su capacidad creativa y su potencial para suscitar nuevas ideas y formas de ver. Griselda Gambaro señala que la comparación, es también una forma de ejercer calificación y, por lo tanto, de empobrecer la crítica, y lo expresa magistralmente en el siguiente párrafo:

Creo que hay un vicio entre nosotros, particularmente de la crítica, en exaltar siempre un autor en detrimento de otro, en establecer una escala comparativa de valores donde no debe haberla. Así como cada autor tiene su rostro, sólo de él, único e insustituible, y no entra en competencia porque no nos manejamos en la escala de los concursos de belleza, cada obra de teatro tampoco entra en competencia jamás, es buena o mala en sí, nunca comparativamente. (Gambaro, 1970, pág. 321)

Por extensión, este proceso de achatamiento aplica también a los objetos que esta crítica aborda; de hecho, el circuito comercial “se encuentra sometido a la valoración general del mundo del espectáculo como mera distracción” (Fondevila, 2010, pág. 8) sin embargo, que los medios hegemónicos den prioridad y espacio a estos espectáculos no dice nada de sus cualidades, sino de los intereses implicados en esa selección; intereses que directa o indirectamente suelen ser comerciales, políticos o económicos.⁷⁰ Lo mismo aplica al otro circuito predilecto, el de la producción oficial que, si bien está ligado a un sector con intereses más culturales, responde en cuanto a su cobertura a un juego de congratulaciones políticas y económicas basado en una relación cuanto menos de camaradería entre determinados medios de comunicación y las distintas gestiones de

⁷⁰ Esto no es una mera presunción; en muchas ocasiones, las producciones comerciales responden a grupos o *holdings* que son también dueños de los medios de comunicación que publican las críticas, como por ejemplo, Grupo Octubre o Fénix Entertainment (ver: mapademediospofopea.com). Si bien, es de suponer que los críticos y periodistas tienen autonomía sobre lo que publican, lo mínimo que se debe decir al respecto es que la situación podría presentar un conflicto de intereses.

Gobierno⁷¹: el resultado es que las obras pueden ser calificadas como buenas, regulares o pésimas pero siempre son publicadas y por tanto existen, aportando en ese mecanismo a la relación inestable pero inequívoca que, señala Berman, se da entre teatralidad y canon.

...tanto la teoría como la crítica teatral, en la actualidad, determinan qué es teatro y cuál es el teatro que merece ser visto. En ese sentido existen festivales en los que se muestran producciones, hay premios, hay subsidios, hay múltiples instancias concretas que ponen en el centro un tipo de teatro y dejan otro/s en los márgenes. En el caso puntual de ciertas puestas porteñas que tuvieron su origen lejos de los lugares de generación de canon, finalmente se han canonizado. Las razones son diversas: los directores fueron invitados a estrenar en teatros oficiales, son invitados a festivales internacionales o tienen páginas en revistas especializadas de teatro... (Berman, 2010, pág. 35)

Como resultado de estas dinámicas, lo que termina produciéndose es una suerte de estandarización de contenidos y estéticas que se convierten en esperables y aceptables dentro de cada circuito de producción y que, en cierta forma, las críticas mediáticas se ocupan de validar y difundir. Por definición, el canon es el conjunto de normas, preceptos o principios con que se rige la conducta humana, un movimiento artístico o una actividad determinada. Pero su acepción más común es la que lo erige como el modelo o prototipo que reúne las características que se consideran perfectas en cada género, por ejemplo, referido a la figura humana, el ideal de canon sería aquel que reúne las proporciones ideales. De modo que, aplicado a nuestro tema, entendemos canon en el sentido de aquellas obras, coreógrafos, intérpretes y directores que han logrado algún tipo de reconocimiento externo, y/o entre la comunidad de pares. Para Berman el concepto de canon siempre se erige *en contra de*, es decir, construyendo fronteras que dictaminan un adentro y un afuera, alimentando la noción de pertenencia y configurando el hecho teatral según categorías que revisaremos más adelante, y que podrían pensarse como producciones hegemónicas, contrahegemónicas o alternativas. Estos conceptos nos interesan porque pueden ser aplicados tanto a las obras como a los medios que las abordan y, en ese sentido, por la capacidad de influenciar y de marcar tendencias que puede tener la crítica en el siempre tenso y dinámico conflicto de pertenencia por el cual un espectáculo se posiciona como centro o periferia (esto sería, según se encuentren o no

⁷¹ En ocasiones, en nuestro contexto político-ético-social se vuelven difusos los límites entre aquello que se configura como lo público y lo privado y lo que resulta o no aceptable; las salas y los empresarios dueños de salas comerciales juegan también algún rol con intereses implicados. Un buen ejemplo de esto es el caso que presenta Sebastián Blutrach, quien fue director de la Asociación Argentina de Empresarios Teatrales, es actual dueño del Teatro Picadero y ocupó en forma simultánea distintos cargos en la dirección artística del Teatro Nacional Cervantes y del Fondo Nacional de las Artes; estas últimas dos instituciones son de gestión pública. Lo traemos aquí porque desde el lugar de los medios resulta por lo menos delicado publicar críticas cuando hay relaciones comerciales o de interés entre los medios y las producciones, situación que supone una problemática aun mayor cuando es el Estado el que se encuentra implicado en dichas relaciones, del mismo modo que podría ser cuestionable gestionar teatros públicos y privados en forma simultánea.

entre los más vistos, recomendados, comentados, los que reciben las críticas de más medios y con mayor prestigio, los que son seleccionados para festivales, etc.). En definitiva, y siguiendo a Berman, el canon no deja de ser una instancia discursiva, que, al igual que la Justicia, sólo existe si se la aplica,⁷² y no hay tanto que el artista pueda hacer al respecto; salvo contadas excepciones buscará por todos sus medios que los críticos se acerquen a ver su obra y que todos los festivales la programen. Posiblemente su interés principal sea que la mayor cantidad de espectadores vea su espectáculo y también ganar dinero con él, pero en ese propósito queda involucrada una necesidad de aprobación que implica jugar el juego de una crítica menos analítica y más valorativa.

De esta manera, la crítica explota su posibilidad menos audaz, al tiempo que construye una narrativa según la cual la principal actividad teatral de la ciudad se concentra en los grandes teatros de la Avenida Corrientes. Así como los actores son, casi exclusivamente, los que salen en televisión o en las grandes marquesinas, parece no existir mucho más para decir acerca de la danza que la reedición de aquella imagen cristalizada de una bailarina de ballet con su tutú en el magnífico escenario del Teatro Colón o, en segunda instancia, de las producciones surgidas de elencos oficiales como el Ballet del San Martín. Es innegable que los medios de comunicación a través de la crítica u otras formas de periodismo cultural tienen incidencia en el nivel de popularidad que logra cada circuito – aunque no haya una correspondencia necesaria entre el alcance de una nota publicada y la cantidad de entradas vendidas– pero lo cierto es que una gran porción de los porteños sólo conoce lo que exponen los medios hegemónicos y probablemente consume fundamentalmente los productos más populares o aquellos que recibieron mayor difusión. Algunos estudios indican que tiene lugar una situación similar en muchos otros países, como lo señala Logroño Tormo respecto de España:

Un estudio sobre el consumo de artes escénicas publicado hace diez años (Luna, 2004: 19) señalaba que (...) la verdadera causa del bajo porcentaje de asistencia al teatro radica en el elevado desconocimiento y la escasa respuesta del público local a la programación cultural(...) las críticas tienen una mayor influencia tanto en el público que asiste con menos frecuencia al teatro como entre los espectadores de teatro comercial –frente a los espectadores de las salas alternativas o independientes (LOGROÑO TORMO, 2015, pág. 396)

⁷² Esta idea aparece en el “Pequeño tratado de las grandes virtudes” de André Comte-Sponville (Comte-Sponville, 1996).

La investigadora española argumenta que se ha comprobado que el tipo de espectador que más consulta y se deja influenciar por las críticas responde en gran medida al perfil que consume teatro comercial y es el menos especializado. Por su parte, el espectador de teatro independiente que suele ser más experimentado y conoce mejor el panorama completo de la oferta escénica (podría decirse que, por una u otra vía, se entera más o menos de lo que sucede en los tres circuitos de producción) no parece interesarse tanto en las críticas como en las recomendaciones directas. Paradójicamente, el espectador que se ocupa de informarse para organizar su salida cultural, al hacerlo mediante los medios más grandes, suele acceder al recorte más acotado respecto a la extensa cartelera de la ciudad.

No es que creamos que el aspecto de difusión que queda involucrado en toda crítica sea el más importante, pero sucede que cuando una crítica no es capaz de argumentar ni de proponerse como un nuevo texto, que presenta ideas y reflexiones a partir del diálogo con el texto original, el único valor que puede ofrecer es su capacidad de difundir la existencia del espectáculo acerca del cual se pronuncia. Hay que admitirlo: dar cuenta de esa existencia no es poca cosa, aunque no necesariamente eso sea crítica. En todo caso, podríamos decir que hay una posición crítica en esa selección por la cual se publica acerca de un espectáculo y no de otro, pero si esa elección no es de alguna forma tematizada o puesta de relieve, se estará obviando ese aspecto de la crítica y, en consecuencia, dando lugar a pensar que se trata de una decisión arbitraria o casual, o que esto es lo único que existe. En cualquier caso, el artículo que contiene más información técnica que crítica, se presenta a sí mismo como algo que no es (aun si el diario no utiliza la palabra “crítica”, ese tipo de notas que se refieren a espectáculos en cartel, son popularmente y en el uso coloquial denominados críticas). En muchos casos, incumplen además su compromiso como medio de comunicación de compartir toda la verdad que conocen, pues –como veremos– la selección de aquello que presentan es arbitraria y tendenciosa, de modo que la falta es con ese compromiso que la mayoría expone como un valor explícito en su manual de estilo y en la forma en que se presentan a sí mismos frente a la sociedad.

Es evidente que cuando se publica un artículo sobre una obra, se está haciendo un recorte que deja por fuera todo lo que no es esa obra, pero también lo es que, un medio que a lo largo del tiempo desproporciona la cantidad de obras publicadas de un circuito, por ejemplo el oficial, respecto de las de los otros dos, está construyendo como efecto de conjunto la idea de que: o bien son muchas más las producciones oficiales, o bien estas son de una calidad muy superior y, esporádicamente, aparece alguna extraña joya entre los otros circuitos, que ha merecido la atención del periodista y/o editor.

También podría argumentarse que el compromiso con la verdad es, naturalmente, con aquella verdad que se conoce y que es físicamente imposible para un único medio asistir y publicar acerca de todas las producciones que tienen lugar en forma simultánea en la ciudad de Buenos Aires (al respecto, Berman enfatiza que esto es un dato y no una figura hiperbólica). Esto nos obliga a pensar que no podemos esperar otra realidad más allá de la que acontece, esto es, que existe un modelo de crítica y difusión, ligado a su vez a determinados modelos de medios, y que cada circuito de producción encuentra su espacio en uno de estos modelos, pero esto no elude que la tarea del crítico sea dar cuenta de la existencia de la pieza singular en cuestión, ubicándola en un panorama real y completo de producciones escénicas. Cada obra dialoga por fuera de su diégesis con toda una producción teatral, un movimiento social, una evolución conjunta que permite –entre otras cosas– que pueda hablarse de estilos de dramaturgias, tendencias e incluso géneros (Gambaro diría que un director no es nunca un *clavel en el aire*, y es una idea que hacemos extensiva a las producciones artísticas). Si hoy nos referimos sin demasiado preámbulo al *Biodrama* es precisamente porque se han estrenado, identificado y comparado muchas puestas que hacen uso del recurso que construye un hecho escénico a partir de situaciones reales y autobiográficas más allá de la primera que presentó Vivi Tellas,⁷³ y aunque no todas respondan a una estructura idéntica, cada vez que asistimos o leemos sobre una nueva puesta, lo que hacemos es relacionar toda la información, conocimiento, juicios, valores e ideas que tenemos respecto de ese género en particular y de la experiencia del teatro y la danza en general.⁷⁴ De modo que cada pieza vale por el lugar que ocupa en una totalidad mucho más grande que sí misma y es precisamente el rol de la crítica dar cuenta de esta “vida social” del objeto –y del género–; esto es, que su trabajo es abordar las relaciones internas pero también las externas del objeto. En ese sentido, podríamos decir que la crítica periodística descansa en el trabajo que hace la crítica académica, ya sea porque aborda aspectos que no les interesan a editores y/o periodistas, porque consideran que no les interesan a sus lectores, o simplemente porque creen que escapa a su responsabilidad y margen de acción.

Desde luego, todas las críticas jerarquizan algunos aspectos de las obras por sobre otros y, en ese sentido, ninguna crítica agota su objeto. Siempre las críticas, incluso lo que podríamos llamar “las buenas críticas”, en el sentido de cumplir con aquellos objetivos que consideramos relevantes respecto de lo que creemos y esperamos, debería ser la crítica en su máximo nivel, focalizan sólo en algunos aspectos de la obra y eso no las hace “malas” críticas.

⁷³Ver: <http://www.alternativateatral.com/persona900-vivi-tellas>

⁷⁴ Ranciere diría que todo espectador lo que hace es, precisamente, observar, seleccionar, comparar, interpretar, ligando aquello que ve a muchas otras cosas que ha visto en otros escenarios y lugares; componiendo “su propio poema con los elementos del poema que tiene delante”. (Ranciere, 2008)

En todo caso, la pregunta importante que debería hacerse todo crítico, parecería ser ¿qué tipo de diálogo voy a entablar con este objeto? Y cómo dialoga este objeto con todo lo que lo rodea, e incluso, con aquellos objetos que lo anteceden. Si coincidimos en que no hay obra por fuera de un contexto y coyuntura, debemos asumir que no puede existir una aproximación seria mientras el crítico aborde su objeto como algo aislado y eluda ese lugar de diálogo; su función parece más próxima a la de quien debe hacer preguntas a la obra, antes que la del que le otorga un puntaje y decide –sin mayor argumentación– que merece un espacio entre las páginas del diario para el cual escribe.

Cuando decimos que la crítica valorativa es una crítica pobre, en realidad estamos sosteniendo que los objetivos que se está poniendo ese crítico o ese medio se agotan en esa única instancia. No esperamos de la crítica un trabajo destilado y objetivo con promesas de verdad, sino todo lo contrario, la honestidad de un sujeto que, precisamente a partir de su subjetividad, sea capaz de interrogar aquello que la obra de arte propone o dice proponer, estableciendo en esa pregunta un nuevo vínculo entre la obra y la sociedad, e incluso, habilitando nuevas preguntas y relaciones entre el artista y su propia obra. En última instancia, si valorar es también comparar –tal y como sostiene Gambaro– este tipo de crítica debería ser capaz de dar cuenta de las razones por las cuales considera que tal o cual obra –y no tal o cual otra– merece un espacio de reflexión, de modo que cuando llegue al lector, pueda éste conceptualizarla como parte de un todo extenso y complejo y no como un objeto desvinculado del mundo.

3.2. La construcción de una narrativa sobre la escena porteña

Desde un punto de vista económico y político, los grandes medios son por encima de todo grandes corporaciones comerciales, lo que ayuda a comprender por qué la crítica que circula en medios masivos da prioridad a aquellos espectáculos que movilizan grandes capitales a través de mayor cantidad de espectadores. Puntualmente, en relación con el circuito de danza oficial y los eventos de ballet, habría que investigar –no lo haremos nosotros en esta instancia– qué intereses implicados conducen a tal priorización de contenidos. En cambio, es posible afirmar que, mientras en la ciudad hay un único elenco oficial dedicado al ballet (el del Teatro Colón), son muy pocas las compañías que reproducen este tipo de danza de manera independiente y, en muchos casos, se trata de proyectos de algunos de los integrantes del mismo elenco, como es el caso de las galas organizadas por el primer bailarín Federico Fernández. En cambio, en materia de danza contemporánea conviven en la ciudad al menos dos compañías oficiales (además del Ballet contemporáneo del Teatro San Martín, está la Compañía Nacional de Danza dirigida por Margarita Fernández que, si bien es nacional, tiene sede en CABA), y una extensa cantidad de compañías y coreógrafos independientes con proyectos puntuales,⁷⁵ e incluso compañías estatales más pequeñas como el Ballet de la UNA, dirigido por Roxana Grinstein.⁷⁶ Es decir que, por fuera de las tradiciones arraigadas y de aquello que se estableció como un modelo cultural de construcción de identidad nacional eurocentrista proclamado desde Juan Bautista Alberdi en sus famosas *Bases*⁷⁷ y que finalmente servirá de pilar para nuestra propia Constitución Nacional de 1853, no hay nada que justifique la relevancia y prioridad conferida hoy al ballet en nuestra ciudad, por encima de otros tipos de danza con igual o mayor desarrollo y capacidad de producción.⁷⁸

⁷⁵ Sólo el instituto PRODANZA recibió 302 proyectos en su convocatoria 2021, de los cuales 216 fueron subsidiados a través de sus cuatro líneas de financiamiento: 143 elencos o coreógrafos con proyectos puntuales, 39 grupos de danza estables, 18 entidades o asociaciones culturales y 16 salas. Si bien no todos podrían definirse como proyectos de danza contemporánea, en general, podría decirse que, en una extensa mayoría lo son y que la concepción de los espectáculos podría enmarcarse en aquello que definimos como arte contemporáneo, más allá del estilo de danza que ejecuten. En todo caso, rara vez se presentan proyectos de ballet a la convocatoria anual de subsidios.

⁷⁶ El Ballet de la UNA, al igual que el Ballet contemporáneo del Teatro San Martín, llevan el término “ballet” en sus nombres, pero ninguno ejecuta obras con ese estilo. La pregunta sería por qué éste tipo de compañías cuyo estilo es indiscutiblemente contemporáneo, incluyen en su denominación la palabra ballet. En muchos casos funciona como sinónimo de “compañía de danza”, lo que podría dar cuenta del predominio histórico del ballet como forma de danza; en una dimensión más política, pareciera que hay una legitimación mayor de ese tipo de danza; la denominación hablaría así de una búsqueda de reconocimiento y de apoyo, tanto en términos simbólicos (reconocimiento el ámbito de las artes escénicas) como económico (obtención de fondos).

⁷⁷ *Bases y puntos de partida para la organización política de la República argentina* (1852).

⁷⁸ Un ejemplo notable y simbólicamente muy impactante es que el Teatro Colón de Buenos Aires, casa central del ballet en nuestra ciudad, reserve el subsuelo de su monumental edificio, para eventuales

En otras ciudades importantes del mundo, donde la producción escénica independiente no tiene un gran nivel de desarrollo y protagonismo, la danza clásica y las compañías que montan ballets, se mantienen como la forma de la danza por excelencia, convirtiéndose incluso en emblema representativo de cara al mundo (Stuttgart Ballet, Ballet de Montecarlo, Ballet de Monterrey, etc.)⁷⁹ y, no habiendo grandes compañías oficiales que trabajen exclusivamente otros lenguajes –como el Ballet Contemporáneo del Teatro San Martín en Buenos Aires–, esto es bastante comprensible. Sin embargo, la existencia de la mencionada compañía contemporánea, sumada a festivales como el FIBA, la Bienal de Arte Joven, Danza Contemporánea de Buenos Aires o Ciudadanza, dan cuenta del movimiento efervescente, constante y arrollador que comporta la danza no clásica en nuestra ciudad y su vínculo con otros lenguajes. Podría decirse que este movimiento desplaza la producción de ballet a un lugar de segundo plano –en el sentido de que no se relaciona con el resto de la actividad cultural de la ciudad, a excepción de la ópera, con la que comparte casa– y su público se restringe a una audiencia muy específica. Esto no se debe a su calidad o envergadura sino a que, habitualmente, no presenta novedades ni actualizaciones y parece ignorar todo lo que sucede puertas afuera del emblemático y prestigioso Teatro Colón. Pero el problema con el ballet como forma expresiva, no es que se sostenga casi tal y como se lo ejecutaba en el siglo XIX o en aquellas ciudades remotas que lo vieron nacer, sino que se lo erija en el ámbito local como una suerte de representante de “La danza” – y un representante bastante hermético– que es además en parte responsable de que la danza siga peleando por un lugar de equidad entre el resto de las disciplinas artísticas.⁸⁰

Por su parte, según el último informe publicado por el SINCA, las expresiones culturales que menos convocan a los argentinos son las más asociadas con la “alta cultura” o “la cultura de elite”. Si bien dicho informe menciona concretamente la ópera y los conciertos de música clásica –que no fueron consumidos por alrededor del 90% de la población en 2017– el ballet podría considerarse como parte de este grupo ya que, como dijimos, comparten casa (SINCA, 2017, pág. 37). De lo que podría concluirse que, además de intereses implicados, los diarios parecen dirigirse a un lector que está muy por encima de la media económico social de la población local, ya sea porque efectivamente suponen

producciones de danza contemporánea. Se trata del Centro de Experimentación del Teatro Colón (CETC). Una lectura posible que se desprende de ello, sería que todas las producciones con lenguaje no-clásico, son experimentales.

⁷⁹ Si bien estas compañías tienen un repertorio de obras clásicas y contemporáneas, poseen una línea estilística que pone al ballet como eje rector de su producción y formación técnica.

⁸⁰ Tambutti argumenta que en el ballet, la danza queda siempre sujeta, primero a la música, pero además a la mimesis y narratividad que son propias de otras disciplinas como el teatro, restándole potencia como disciplina artística autónoma (Tambutti, 2008)

que sus lectores constituyen ese pequeño porcentaje de la ciudadanía que consume y/o se interesa por el ballet, o bien, porque pretenden sostener la idea de que el ballet sigue siendo *top* en el lugar de relevancia de la danza como disciplina artística. Según Patrice Pavis y citado por Camilo Sánchez: “un crítico es más representativo de la masa de lectores que de sus propias opiniones estéticas o ideológicas” (Sánchez, 2010, pág. 28). Sin embargo, es una posición que puede ser discutida. Al menos en el caso de los grandes diarios, no existe una simple y directa relación entre el crítico y sus lectores y podría decirse que el crítico representa también los intereses del medio que lo publica, reproduciendo, además, posiciones valorativas respecto de ciertas producciones culturales y problematizando la idea que retoma Sánchez. Desde luego, esa función reproductivista también hace pensar en qué medida es representativo, y en qué medida es modelador de esa “masa de lectores”, lo que, en parte, confirmaría que el posicionamiento del ballet en la prensa no responde necesariamente a una demanda por parte de los consumidores de danza.

Por lo demás, es imprescindible reiterar que conforme los medios visibilizan y dan entidad a los circuitos comercial y oficial, como contracara de una misma moneda, invisibilizan el circuito independiente, lo que, de algún modo, lo ubica en un lugar peor que el de la descalificación que implicaría una crítica valorativa negativa, que al menos daría cuenta de su existencia. Esta desproporción no puede ser medida únicamente en relación con la cantidad de artículos publicados, sino que debe ser puesta en perspectiva con la cantidad de estrenos que se produce en cada circuito ya que, tal como lo refleja el informe publicado por PRODANZA, el circuito independiente es el ámbito de mayor desarrollo de las prácticas de danza en nuestra ciudad (Benzaquen, 2021)

Pocos periodistas se han dedicado a conocer sobre la actualidad de cada disciplina, e incluso cuando se trabaja con agentes de prensa para promover obras o producciones de diverso formato –en muy pocos casos, debido al alto costo que implica la recepción– es casi nula de parte de los grandes medios. La difusión de críticas o reseñas especializadas termina circunscripta al ámbito de los sitios webs o publicaciones digitales gestionadas y consultadas por el propio sector, como Balletindance, Alternativa Teatral, Revista Loïe, Revista Segunda Cuadernos Danza, Revista Labra y otras. (Benzaquen, 2021, pág. 21)

Por ello, muy frecuentemente, cuando algún crítico o periodista decide dar lugar en alguno de los medios hegemónicos a objetos o artistas del circuito independiente, se comporta como si debiese no sólo presentar a un completo desconocido o emergente, sino también justificar y validar su decisión mediante cualquier agente externo que le sirva de garante. Tomemos por ejemplo, uno de los artículos de Alejandro Cruz para La Nación, hallado en el relevamiento del mes de noviembre 2021

El teatro **El Galpón de Guevara** *está ubicado en el barrio de Chacarita.* Alrededor *hay otras salas que como esta -que empezó a funcionar hace una década-* están dando los primeros pasos en esta etapa de funcionamiento con un aforo del 70 por ciento. En el gran escenario de El Galpón, cuatro bailarines de *extremo talento y amplia trayectoria* ensayan una propuesta coreográfica que decidieron llamar *Cucha*⁸¹

Inicia la nota introduciendo la sala y aclarando que está emplazada en una suerte de nuevo epicentro del teatro independiente y que no se trata de un nuevo fenómeno, sino que se viene sosteniendo, es decir, que como ha sobrevivido incluso a la pandemia, puede ser considerado estable y valioso. Por nuestra parte, es obligación aclarar que desde su inauguración en 2011 (diez años hasta la publicación de la nota), *El galpón de Guevara* puede dar cuenta de una programación variada, extensa y exitosa. Luego, el periodista continúa con adulaciones que ameritarían una mayor argumentación que permitiese comprender la noción de *extremo talento* y cuáles son los parámetros mediante los cuales el talento puede ser medido. En todo caso, de forma sutil pero inequívoca, aquí apela a su propia credibilidad; en realidad, es Cruz quien los admira, los sigue y los considera talentosos. Prosigue el texto:

El ensayo sucede bajo la atenta mirada de **Celia Argüello**, directora de *Cucha*. Celia es una *premiada* creadora e intérprete, gestora de obras como *Villa Argüello* o *Proyecto Diógenes* (en donde estaban casi todos los nombres de esta obra) y *bailarina de propuestas que llevaron la firma de Silvio Lang, la francesa Mathilde Monnier o de Silvina Grinberg. Cucha, tal vez, se trate del primer estreno en la escena alternativa porteña de una obra de danza contemporánea en esta nueva etapa de cambios permanentes producto de la situación sanitaria.* El trabajo que, se podrá ver desde el sábado, a las 20, da cuenta de ese complejo tránsito.

A partir de éste párrafo, y como lo hará luego con cada uno de los bailarines involucrados, comienza a validar a los artistas o bien a través de adjetivos como “premiada y reconocida”, o bien, mediante el mérito que supone haber trabajado con otros artistas que, al introducirlos como lo hace, Cruz presenta como de un prestigio indudable. En el caso de Mathilde Monnier, subraya que es francesa, como si hubiese un mérito en ello y para subsanar el hecho de que aquí –no sabemos en Francia– Mathilde Monnier no es una figura popular. En cuanto a ser “el primer estreno en la escena alternativa porteña”, debemos aclarar que ya desde el mes de julio de ese año y con mayor ímpetu desde el inicio de agosto, se habían registrado estrenos en la cartelera presencial de danza

⁸¹ En todos los ejemplos que utilizaremos, las *itálicas* son nuestras. Ver: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/danza/una-obra-de-danza-que-se-apropia-de-la-gestualidad-canina-y-sale-de-la-cucha-al-encuentro-con-el-nid20082021/> [visto: 7/11/2021]

Independiente, incluso en el mismo teatro donde se presentaría *Cucha* durante el mes de septiembre.⁸² Prosigue el texto:

En escena están **Pablo Castronovo** (*el actor de tantas obras de* *Ciro Zorzoli, el bailarín de obras de Leticia Mazur y Luis Garay*), **Andrés Molina** (*creador de la obra* *Categoría mosquito* *o el que hizo la coreografía de* *Petróleo*), **Macarena Orueta** y **Samanta Leder** (*otras dos bailarinas que han pasado por la Bienal de Arte Joven como por reconocidos montajes*).

Es necesario aclarar que este tipo de tratamiento no es extensivo a todos los periodistas ni a todos los medios. En una nota aún más reciente publicada en revista Ñ por Laura Falcoff⁸³, con motivo de un nuevo proyecto de la Coreógrafa Melanie Alfie, la periodista se mete sin preámbulos en el asunto que quiere presentar sin necesidad de introducir al lector en la trayectoria de la coreógrafa o las particularidades del circuito independiente. Lo cierto es que Alfie es mayor y tiene más trayectoria que Argüello Rena, pero tampoco es una artista conocida por fuera del circuito de producción en el que trabaja –con seguridad, es mucho menos popular que Argüello Rena para toda la comunidad artística menor de 40 años– sin embargo Falcoff la presenta del mismo modo en que Silvina Ajmat presentaba a Baryshnikov en aquella nota en La Nación respecto de *Letter to a man*: dando por sentado que todo lector sabía de quién se estaba hablando, o era capaz de rastrearlo en Internet, y en cualquier caso, bajo el implícito de que si hay nota, es porque el crítico encuentra algún mérito por parte del artista y su trabajo y que, seguramente, este quedará revelado en el cuerpo de la publicación. Si bien a continuación realiza lo que podría leerse como una validación de la artista a partir de la enumeración de un recorrido por múltiples países, en realidad ese listado internacional forma parte concreta del contenido del proyecto que se va a presentar.

Así, el primer párrafo inicia:

Perú, Guatemala, Italia, España, Cuba, Francia, México y varias ciudades de la Argentina: **la coreógrafa y bailarina Melanie Alfie viene recorriendo parte del mundo con sus talleres y sus obras**. Pero a comienzos de 2020 emprendió un viaje interior en un sentido muy amplio de la palabra: el que impuso el confinamiento desde el punto de vista más físico y concreto, pero también aquel que comenzó como artista en un medio virtual y enteramente nuevo para ella. **EI**

⁸²Entre otras obras, se pueden citar *Aperitivo*, de Gisela Pellegrini y Manuel Rivadeneira en Café Artigas, *Claruscuro*, de Maxi Navarro en Aérea Teatro, *La Trampa del paraíso perdido*, de Patricio Suárez y Rhea Volij en Espacio Callejón, *La distancia de los cuerpos*, de Julián Oubel en planta Inclán, *Campos*, de la Compañía Wandelok en El galpón de Guevara y *Linde*, de Ana Laura Roses en Aérea 623, por mencionar sólo aquellos difundidos en la cartelera de PRODANZA.

⁸³ (10/12/2021) Los movimientos y las cosas: testimonios sobre el confinamiento (https://www.clarin.com/revista-enie/escenarios/movimientos-cosas-testimonios-confinamiento_0_ASFlz-GJN.html). Buscamos un artículo por fuera de los encontrados en el registro de Falcoff del mes de noviembre, porque ninguno de estos era sobre danza contemporánea independiente. [vista: 8/2/2022]

fruto de este viaje es un documental próximo a estrenarse: *Visiones desde este tiempo. Testimonios en danza.*

Siguiendo a Verón (1999) y a Steimberg (2013), podríamos decir que, en todas estas críticas, como efecto de estas tematizaciones y de otros rasgos textuales, se construye una situación comunicacional de naturaleza textual que conceptualizamos como enunciación, en la que entendemos al enunciador como la instancia dadora del texto, y al enunciatario como aquella instancia a la que el texto es dado, construyendo una propuesta de vínculo entre ellos. Con el objetivo de focalizar en los modos de interpelación que despliegan los textos, en el próximo apartado nos ocuparemos con mayor atención, de la construcción del enunciatario.

3.3. La construcción de un enunciatario

En su sintético y preciso texto titulado *Arte, crítica y cotidianidad*, Rolando Martínez Mendoza y José Luis Petris (2014) reflexionan sobre el consumo masivo de crítica de arte, principalmente a través de su publicación en diarios. Refiriéndose principalmente al modo en que se constituía tradicionalmente el hábito de lectura de periódicos en papel, los autores señalan cómo ese tipo de publicación construye un enunciatario no especializado, aunque opere a través de diferentes estrategias argumentativas con relación al lugar que otorga a ese *público particular del campo del arte* que también es consumidor de estas críticas. Pero lo interesante es que se refieren a la crítica utilizando un concepto diferente de aquellos que ya hemos revisado, y componiendo una especie de nueva categorización que distingue entre crítica/difusión y crítica/memoria. Si bien ya hemos mencionado el aspecto de difusión contenido en toda crítica, aquí se aborda con una nueva perspectiva que se enfoca en la expectativa del consumo del objeto abordado; mientras la crítica/difusión presupone un potencial consumo de la pieza artística referida (apuesta e invita al consumo posterior de lo que se presenta), la crítica/memoria no tiene la expectativa de un necesario contacto directo con la obra de arte en cuestión, o bien, en palabras de los autores: *no afecta el mayor o menor consumo social de la obra sino que interviene en su posterior probable consideración histórica*.

La crítica/memoria, enunciativamente, no exige el conocimiento de la obra para la comprensión de su postura. Repone de ella todo lo “necesario”, permite no saber nada sobre ella en el momento de su lectura, y tampoco después, con independencia de lo que sostenga. Esta es la autonomía de la crítica/memoria (Petris y Martínez Mendoza, 2014)

Por su parte, los autores identifican que en la medida en que la crítica/difusión –de carácter más masivo y con mayor frecuencia en los diarios– apuesta por el consumo de cada obra que propone, restringe la descripción con el objetivo de resguardar para el potencial consumidor de la obra la experiencia de la sorpresa. En cualquier caso, los autores enfatizan que ambas son perfectamente autónomas aunque, principalmente debido a su periodicidad y a su predominancia en medios especializados, la crítica/memoria puede permitirse mayor independencia respecto del objeto que aborda.

Esta nueva perspectiva que posiciona la crítica a la luz de cuestiones como la distancia o la autonomía que construye en relación con su objeto, se vuelve particularmente interesante cuando el objeto en cuestión es la efímera danza. Si la mayor parte de las críticas/difusión cuentan con la impronta de la novedad (en la medida que se aborda un objeto que suele estar presentándose en esos días) aquellas que abordan danza están, además, sujetas al carácter extremadamente transitorio de “la noticia”, debiendo asumir también, que una gran cantidad de lectores –incluso una parte de los que pueden tener

un interés específico— no llegará a ver la pieza en escena. Es decir que, en general, a la danza le resultaría muy oportuna una crítica que interponga su propio valor y capacidad de trascendencia, independientemente de la incidencia que esta pueda tener en el consumo de la obra referida. Cuando la temporada haya finalizado ya no será la obra, sino su crítica, la que perdure en su materialidad.

Más allá de las construcciones enunciativas de estas críticas; en el plano de los consumos efectivos no hemos encontrado antecedentes de estudios en recepción que reflejen los hábitos de consumo de la producción crítica en diarios, ni informes o estadísticas que den cuenta de en qué proporciones se puede hablar de un lector cautivo y recurrente y de uno azaroso y circunstancial. La presunción es acerca de un lector no especializado que, en el caso de ir en busca de la crítica, rastrea una información específica para programar su salida cultural, más que un sujeto conocedor e interesado específicamente en la reflexión acerca de artes escénicas. Lo cierto es que en los diarios la crítica *se nos aparece* al hojear; el hábito es comprar el diario, dentro del cual la crítica es un contenido más. Así queda establecida una diferencia sustancial respecto de la experiencia implicada en el consumo de ediciones digitales, que proviene del dispositivo/emplazamiento y que define dos maneras muy diferentes, ambas vigentes, de encontrarse con los mismos contenidos. Si en el diario papel, las notas *se le aparecen* al lector (aunque, obviamente, también se puede ir a buscar la sección o las páginas específicas) en el diario digital el usuario debe ir a su encuentro. Ciertos contenidos se encuentran también “navegando” o “scrolleando” el diario digital, sin embargo, como quedó en evidencia en el relevamiento realizado, las críticas sobre danza no suelen estar entre los contenidos seleccionados para la *home* del sitio, por lo que se los debe ir a buscar (sea navegando hasta la sección específica en la que se encuentran, sea empleando el buscador). Esto reduce la probabilidad de que las críticas de danza sean leídas en forma azarosa, situación que —en conjunto con la caída progresiva de la cantidad de ediciones impresas consumidas en general— ubica su lectura en una posición cada vez más desfavorable.⁸⁴

Esto nos lleva precisamente a una de las cuestiones más interesantes de la circulación digital en el caso que nos ocupa: el consumidor es un sujeto activo que, no sólo no espera toparse con la noticia sino que va tras ella, pudiendo convertirse, además, en agente participe de la circulación de la información: comparte los contenidos que son de su interés y en ocasiones hasta los comenta. La diferencia con el comentario aficionado oral es que este nuevo tipo de participación queda registrada y se convierte en parte del hilo

⁸⁴ En 2017 se compró la mitad de diarios impresos que en 2013 y se aumentó sustancialmente la lectura en formato digital (SINCA, 2017, pág. 39)

que sigue a cualquier publicación digital, constituyéndose en una pieza dinámica de ese contenido y habilitando un *feedback* directo con otros lectores o con el propio autor que, si lo desea, puede responder o compartir los comentarios que su propio artículo ha suscitado.

Hablamos entonces de un concepto muy diferente respecto del tradicional artículo en papel y que, creemos, incide de lleno en los rasgos de producción de los mismos: el autor publica con conciencia de que aquello que escribe puede provocar réplicas visibles y, en ese sentido, su artículo compondrá un conjunto textual junto con los comentarios que éste suscite, quedando sometido a una serie de expansiones y cambios. Se trata de un uso que, en realidad, no es novedoso si consideramos el modo en que circula la información en redes sociales. En lo que refiere a las críticas y cobertura de espectáculos, ameritaría una revisión que aborde el uso particular que hacen de estos espacios los artistas y sus equipos de producción, que suelen ser importantes dinamizadores de la circulación de todo aquello que se publica acerca de sus obras. Lo que sostenemos es que, a partir del reconocimiento de los usos y consumos específicos de la crítica digital, debería repensarse su diseño en función de sus características y posibilidades y de su posterior circulación. El usuario digital, se constituye como un sujeto informado que va en busca de los contenidos de su interés y cuando los encuentra participa y opina respecto de ellos, pues en cierta forma se siente parte de una comunidad con la que comparte intereses y experiencias. Posiblemente, el crítico que escribe ha estado sentado a su lado durante la función.

4. Hacia una nueva mirada crítica

4.1. Los artistas y su relación con la crítica

Si revisamos la recepción de la Crítica desde el punto de vista de los artistas, lo primero que deberíamos decir es que casi todas las producciones –incluyendo las independientes que son las que cuentan y producen con menos recursos– cuentan con un agente de prensa, cuyo trabajo principal es lograr que los críticos se acerquen a ver sus espectáculos y publiquen al respecto. Aun en el caso de que no haya una persona especialmente contratada para dicha tarea, siempre hay alguien (del elenco o del equipo artístico/técnico) que con mayor o menor grado de profesionalización, ocupa ese lugar, lo que indica que los creadores van en busca de los críticos y que esta actividad es considerada como una “pata” fundamental entre las tareas de producción. Desde ya que no es posible afirmar que haya un interés real en la crítica, pero sí, que existe una especulación respecto de la capacidad que posee la crítica para incrementar la visibilidad de los espectáculos y de los creadores que aborda, constituyéndose ese ejercicio de difusión como una suerte de currículum vitae dinámico y siempre *online*, conformado por todos los artículos publicados y disponibles en la Web para quien guste realizar una búsqueda. Al respecto, Berman se pregunta si debemos pensar la crítica en relación con su funcionalidad; si es útil para atraer público a los espectáculos, para arribar al canon o si deberíamos postular su inutilidad absoluta:

No es un dato menor el que un grupo numeroso de elencos contraten (o intenten contratar) a los diferentes agentes de prensa (incluso los elencos que se inician y que no tienen recursos). ¿Con qué objeto? Algunas de las respuestas posibles: por propiedad transitiva, el crítico asiste a la función, escribe positivamente sobre el espectáculo, el público asiste a la función. El agente de prensa, sin embargo, no es un mediador entre el artista y el público, sino en un sentido estricto, un mediador entre el artista y el crítico (Berman, 2010, pág. 34)

En resumidas cuentas, el trabajo de prensa podría sintetizarse de la siguiente manera:

- El artista y el agente redactan una gacetilla de prensa con lo que consideran la información más destacada relacionada con su espectáculo, enfatizando aquellos puntos que consideran de mayor valor como: intérpretes reconocidos de forma más masiva, premios y reconocimientos especiales de los miembros del elenco y/o equipo artístico, participación en festivales, etc. (todas aquellas operaciones de legitimación que señalamos anteriormente a propósito del artículo de Alejandro Cruz también aplican aquí).
- Esta gacetilla, que suele incluir un dossier de fotos para acompañar los artículos que puedan eventualmente ser publicados, es enviada al directorio de contactos

del agente de prensa, en general, periodistas especializados que escriben en uno o varios medios de diversa relevancia, que conducen o tienen columnas en programas de radio y/o televisión, o que son algún tipo de líder de opinión. También procuran que el espectáculo sea incluido en las agendas de todos los medios disponibles. Normalmente, sólo en el caso de entrevista, los grandes diarios y algunas revistas envían un fotógrafo especialmente para la publicación.

- Algunos de estos sujetos invitados acuden a la función de prensa si la hay, pre estreno o estreno; si no lo hacen, reciben recordatorios del agente de prensa en cuestión, hasta que confirmen asistencia a alguna función de la temporada. Si todo sale bien, este periodista finalmente publicará una nota con sus comentarios o con una entrevista realizada al director o coreógrafo.
- A medida que van surgiendo notas en los diferentes medios, los agentes de prensa incluyen fragmentos de las mismas con enlaces directos, conformando una nueva gacetilla que se va actualizando a lo largo de la temporada y, finalmente, entregan a las compañías un dossier que reúne todo lo que se haya publicado o salido en los medios en relación con el espectáculo.

En todos los casos, si se publica algo del espectáculo en cuestión, se realiza una reproducción para ser exhibida en la cartelera del teatro que aloja la obra (esta práctica es frecuente sobre todo en el circuito independiente) y principalmente, en las redes sociales del equipo artístico. En general, se destacan aquellos comentarios que resulten elogiosos para con el espectáculo, pero –a los fines concretos de la circulación– el objetivo parece ser la exposición de la visita de los medios, apelando a la creencia o costumbre de que las críticas publicadas son positivas, de modo que la visita parece ser más relevante que aquello que los críticos tengan para decir. En muchas ocasiones, los artistas publican imágenes tipo captura de pantalla de la nota en su formato impreso o digital, siempre con el logo del medio y muchas veces sin un enlace para poder leer la nota completa, de modo que en realidad lo que vemos es un titular y el diseño en una o varias columnas de un artículo a cuyo contenido no se puede acceder en forma directa. La publicación de estas capturas funciona también como un mecanismo de legitimación que implica un reconocimiento fundado en la sola visita de los medios, lo que supondría algún tipo de garantía de calidad: *vienen a vernos y publican al respecto, de modo que existimos; esto es: sobresalimos por encima de la enorme cantidad de producciones que no son publicadas*. Nuevamente, la forma en que son expuestas muchas de las producciones críticas publicadas, recuerdan más a una “prueba de vida” que a un texto reflexivo, o lo que en la jerga llamarían “hacer ruido”: una operación que ayuda a mantener activo cualquier estímulo que pueda atraer atención sobre los espectáculos.

El problema con este tipo de comportamiento es que trasluce desinterés por parte de los artistas respecto del contenido de la crítica y su potencial aporte. A partir del modo en que reproducen aquello que se publica respecto de sus trabajos, parecería haber una preocupación puesta en la construcción hacia afuera de una imagen exitosa de temporada antes que en compartir cualquier reflexión que su propio trabajo pueda haber suscitado. Otra lectura o efecto, además del desinterés, es que constituye un tipo de ocultamiento o reticencia que funciona más o menos de la siguiente manera: *te cuento que hablaron de mí, pero no te cuento qué es lo que dijeron*. Posiblemente, esta sea la razón por la cual Berman se pregunta acerca de la utilidad de la crítica, y se refiere a este tipo de operaciones casi mecánicas por las cuales *el escritor escribe, el actor actúa o el director dirige* (Berman, 2010, pág. 34) y, entonces, *el crítico elogia*. Como si no hubiese otra posibilidad o punto de fuga para la relación del crítico con la obra y de la crítica con los lectores y, entonces, de la crítica con el arte (al menos en lo que refiere al circuito de producción independiente).

En cuanto a los críticos, en general identificamos que son pocas las veces en las que publican notas que aborden objetos con los cuales ellos sientan la necesidad de discutir. No nos referimos a una crítica destructiva sino, apenas, a una que problematice aquellos rasgos que un crítico pueda encontrar como disfuncionales respecto de un trabajo, o del modo en que éste se presenta a sí mismo. La tendencia parecería ser la de evitar la confrontación; tal vez debido a la cercanía que existe entre críticos y artistas de las artes escénicas. Hasta hace muy poco, en la era del dominio del papel, la justificación era que habiendo tan poco espacio en los medios –para la difusión del arte en general– ningún crítico en su sano juicio se gastaría esos codiciados espacios en una publicación que aborde una obra que –para simplificar– le ha parecido mala. Sin embargo, se trata de una situación que no ha experimentado cambios a partir de la digitalización de los medios, lo que es llamativo si consideramos que esto permite a los grandes diarios publicar en la edición digital más artículos que los que seleccionan para la edición impresa. Posiblemente esto se debe a una malinterpretación generalizada de lo que significa *discutir* con una obra o un artista, lo que no supone una mirada destructiva o una intención deliberada de desprestigiar un trabajo o herir personalmente a su creador, sino de interpelarlo para reflexionar sobre el arte con un fin superador. Que la crítica se dedique principalmente a elogiar la excelencia es uno de los factores que, probablemente, accionan a favor de la paulatina pérdida de interés que suscita y, por otro lado, de que los artistas se ocupen tan enfáticamente en concretar la visita de los críticos; en definitiva, especulan con que lo peor que puede hacer un crítico es no publicar nada.

Párrafo aparte, cabría preguntarse qué sucede cuando efectivamente se publica una crítica que no es, precisamente, elogiosa. El 15 de diciembre de 2022, Laura Falcoff

publicó una crítica acerca de *La era del cuero*, por entonces la más reciente creación del coreógrafo Pablo Rotemberg en el Teatro San Martín.⁸⁵ En respuesta a esta publicación Rotemberg posteó en su Instagram una historia en la que escribía: “Cuando @laurafalcoff me dijo que además de la entrevista pre-estreno iba a escribir algo en Revista Ñ, me ilusioné. Tonta yo. Creo que es la crítica más ensañada que recibí. #LauraFalcoff: el malambo, el folclore, la danza, nada de eso te pertenece. Y el ensañamiento innecesario se paga en esta vida, o en la que viene (emoji de un corazón)”. Lo cierto es que, si bien puede inferirse a través de la lectura del artículo de Falcoff, que la obra no fue totalmente de su agrado, a nuestros ojos se trata de una publicación que argumenta todo aquello cuanto postula y que no degrada ni ofende al espectáculo, mucho menos a Pablo Rotemberg a título personal como creador. En todo caso, podemos comprender la frustración del artista y debemos aclarar que esta reacción no puede ni debe generalizarse como un hecho común o frecuente, pero nos alcanza para reflexionar nuevamente acerca de la utilidad de una crítica de la cual sólo se esperan elogios.⁸⁶

Por otra parte, independientemente de las reacciones de los artistas frente a los contenidos “negativos” de las críticas, comprendemos que las estrategias de difusión en redes, antes mencionadas, tienen que ver más con el *marketing* y son utilizadas en función de atraer espectadores, es decir, que no dan cuenta necesariamente del interés de los artistas respecto de la crítica, sino más bien, de su necesidad de visibilizar su trabajo y, en última instancia, de vender entradas.

Por su parte, publicada en el espacio de las redes sociales de los artistas, sus equipos y/o los espacios artísticos, estos extractos o imágenes construyen un enunciario que consume los contenidos publicados, pero de un modo muy diferente al del lector que lo hace directamente desde el diario. El componente azaroso desaparece en tanto el entramado de las redes sociales implica una voluntad directa fundada en intereses o un grado de familiaridad previo: *sigo a tal o cual artista porque ya conozco su trabajo y me interesa, o porque me parece que me puede resultar afín, o porque me sigue él a mí, o porque lo conozco directamente a él o alguien con quién se encuentra trabajando, o porque tenemos muchos contactos en común, etc.* Esto se encuentra relacionado, también, con lo que Eli Pariser denominó Filtros burbuja, en relación con los algoritmos de recomendación, que se basan en información de cada persona, de forma tal que ofrecen

⁸⁵ Nota completa de Laura Falcoff acerca de *La era del cuero*: https://www.clarin.com/revista-ene/escenarios/-cuero-zapateo-malambo_0_F00Um16EGP.html . [visto el 25/12/2022]

⁸⁶ El 11 de febrero de 2023 tuvo lugar un caso internacional mucho más extremo en el cual, el coreógrafo alemán Marco Goetze restregó caca de perro en el rostro de la especialista del diario Frankfurter Allgemeine, Wiebke Hüster, porque no le había gustado una crítica y argumentando que “Ella también le ha tirado mierda durante años”. Ver: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/repugnante-nid17022023/> [visto el 17/2/2023]

un contenido personalizado según los gustos y visiones del mundo de cada una de ellas y exponiéndonos a puntos de vista similares o afines al propio) (Espuny, 2021).

De modo que también se puede suponer que el interés en la lectura de las publicaciones de aquel que *es seguido* ya ha pasado por un filtro muy específico: el usuario de redes ha decidido previamente establecer un vínculo con esa persona de su interés, lo que sería equivalente a *seguir* o *pedirle amistad* en Facebook. También es preciso aclarar que todos los informes coinciden en que un alto porcentaje de los consumidores de teatro y danza, especialmente del circuito independiente, son agentes activos implicados y relacionados con el mundo del arte, es decir, pertenecen al mismo universo que consumen y en ese sentido, podría decirse que una proporción considerable mantiene una relación más o menos directa con aquellos otros artistas a los que sigue.

Independientemente de esa cercanía real, es un hecho que las redes sociales en general, propician una ilusión de proximidad; una sensación de accesibilidad basada en la construcción de un otro que, aunque no necesariamente conocemos personalmente, percibimos como un próximo con quien parece muy sencillo entrar en contacto directo; es alguien como yo, utiliza las mismas redes sociales que yo, tenemos una gran cantidad de *amigos/seguídos/seguidores* en común y por tanto podemos suponer que nos interesan las mismas cosas: estamos apenas a un mensaje de distancia. Se trata de un interesante juego de construcción semántica con implicancias concretas en la enunciación y la forma de recepción, con sus diferencias entre redes: los vínculos en Instagram se distinguen entre seguidos y seguidores en una relación no necesariamente de igualdad o reciprocidad, mientras que en términos de Facebook los contactos se denominan *amigos*; dos nomenclaturas diferentes pero que, en ambos casos, habilitan algún tipo de familiaridad. También es cierto que, en cuanto a Facebook refiere, cuando se es una figura pública o *celebrity*, se tienen fans o “me gusta” de la página. Si bien es una distinción que no existe en Instagram, se traduce en la desproporción que existe entre cantidad de seguidos y de seguidores en la cuenta de una *celebrity*. Es una distinción que puede ser pensada en términos de volumen y de acuerdo con el circuito de producción y pertenencia pues, mientras que una figura del circuito independiente como Celia Argüello –por poner como ejemplo un personaje de quien ya hemos hecho mención y cuyo trabajo, como hemos visto, recibe difusión y reconocimiento– cuenta al momento de este relevamiento con 2.876 seguidores y 3.367 seguidos en Instagram,⁸⁷ su colega Flavio Mendoza –un bailarín, coreógrafo y director local, que desarrolló su carrera en el circuito

⁸⁷ @celiargue [visto el 15/2/2022]

comercial (primero en la comedia musical y luego en la TV)– cuenta con 1,6 millones de seguidores y sólo 1.808 seguidos.⁸⁸

No obstante, estas diferencias no inciden necesariamente en el tipo de contenidos que se publican, aunque es cierto que muchas *celebrities* parecen enfatizar lo personal por encima de lo profesional. De hecho, buena parte del vínculo en las redes se juega en el efecto de cercanía, que implica tematizaciones de desempeños que no necesariamente son públicos (vida privada, familiar, viajes, comidas, etc.), de modo que el supuesto desprecio del valor que tienen las redes sociales como espacio de promoción profesional, a veces parecería constituir una estrategia. Desde luego, también cabe la posibilidad de que estas figuras realmente decidan utilizar las redes para mostrar otro aspecto de sí mismas y establecer así otro tipo de contacto con sus seguidores con los que, por otra parte, sólo pueden mantener una relación asimétrica en la que las *celebrities* habitualmente no identifican quiénes están del otro lado. Zelcer se ha ocupado de explicar el proceso de construcción que opera en el *feed* de Instagram, a través del uso de fotografías:

El gesto aquí es de selección y atesoramiento: no todas las fotos se publican, sino solo algunas que han sido elegidas y que pasarán a formar parte de ese conjunto público o semipúblico que construye una cierta narratividad. La inclusión de una fotografía en la biografía implica habitualmente algún tipo de criterio curatorial, de selección de imágenes que implican la construcción del usuario como un individuo que se desempeña en ciertas prácticas o esferas de la vida social (el viajero, la madre, el ídolo popular, el fotógrafo urbano, etc.). En ese sentido, la denominación de “biografía” (y no “perfil” o “cuenta”, como en otras redes) tematiza ya esa selección de fotos como una cierta historia fotográfica del usuario, que –de distintas maneras– constituye un registro temporal de una vida en imágenes. (Zelcer, *Devenires de lo fotográfico*, 2020)

Del mismo modo que en inglés existe un único verbo para nombrar las acciones de jugar y actuar, el actor o el bailarín, así como el director o el coreógrafo, dejan de percibirse como profesionales que interesan o pueden ser admirados únicamente a partir de su trabajo sino, además, por todo aquello que hacen, cómo piensan, cómo se sienten, con quiénes están y cómo son sus casas; todos los aspectos que constituirían la vida privada –así como nuestra posibilidad de comentarlo– comienzan a formar parte de un vínculo que sólo puede ser entablado a partir del uso de redes sociales. Cingolani sostiene que “en espacios generalmente destinados a la opinión sobre los medios es frecuente su mezcla con otras dimensiones discursivas: información sobre el mundo, relatos sobre la vida privada de los protagonistas, opiniones de estos o de los espectadores, etc.” (Cingolani, 2010, pág. 3). Si bien, él se refiere a la crítica de medios, es posible aplicar estas

⁸⁸ @mendozaflavio [visto el 15/2/2022]

definiciones a las redes sociales que, siguiendo a Carlón, son parte de un nuevo sistema mediático de comunicación y, para muchos, entre los más relevantes de nuestros días. Evidentemente esta construcción varía según cada individuo y el uso que haga de sus redes ya que, justamente, lo que se identifica es una intención puesta en el refuerzo de la singularidad personal, de distinguirse mediante algo que los haga únicos y, en ese sentido, personalizando el tipo de contenidos que se publican. Pero, por supuesto, todos estos comportamientos, sólo tienen sentido en función del grado de popularidad de la figura en cuestión. De hecho, entre los artistas del circuito independiente, la relación entre las publicaciones personales y profesionales parecería fluir más dinámicamente en la medida en que habitualmente no hay una distinción particular que separe la promoción de la obra que se encuentra en cartel de la tarde de domingo compartida en familia. Estas publicaciones construyen una narrativa sobre la base de que son posteadas espontáneamente según acontecen.⁸⁹ Tal vez, porque en cuanto a su formato y estructura de trabajo, la vida social y la profesional se encuentren efectivamente fundidas, o bien, porque suele ser más pareja la proporción entre seguidos y seguidores, entre los cuales es esperable que una buena parte, pertenezca a un núcleo cercano que se interesa afectivamente por todos los aspectos que hacen a la vida de quien publica.

Ahora bien, esos amigos o seguidores de un perfil artístico (es posible autodefinirse como *figura pública* en Instagram a partir de los 1000 seguidores) son en buena medida sujetos activos en redes, con intereses bien definidos en general y con coincidencias en particular, con aquellas personas que sigue o lo siguen y de quien podría esperarse que, si ha tenido la iniciativa y el deseo de seguir o pedir amistad a un sujeto en virtud de su labor artística, es también un potencial consumidor de las críticas relacionadas con ese artista de su interés; más aun, si se trata de un artista, posiblemente estará interesado en establecer algún tipo de contacto con el crítico para que, eventualmente en un futuro, este se acerque a conocer su propio trabajo. Desde ya que esto no nos revela un amor por la crítica en general, sino un interés (ya sea en el aspecto mencionado o en los contenidos propios o re-posteados por el artista en cuestión), sin embargo, lo que deberíamos asumir y, en todo caso aprovechar, es que aquí podemos encontrar y definir un potencial consumidor recurrente de críticas. Seguramente sería un sujeto que, si bien puede encontrar placer en el reencuentro con la mirada de tal o cual crítico, es antes que nada un amante del arte y/o sus protagonistas –en muchos casos, el “enganche” es antes con esa figura que le gusta que con la danza o el teatro– y recién luego un aficionado a la

⁸⁹ Siguiendo a Zelcer, todos construimos una narrativa de nuestro perfil, por lo que es de suponer que en todo perfil existe una mínima noción de diseño e, incluso, una regulación de aquello que se postea en función de equilibrar las publicaciones de índole personal de aquellas profesionales. Aquí también opera la noción de estilo, que se construye habitualmente como un cierto estilo en cada perfil.

crítica. Sería esperable que, al igual que en su vínculo de red con el artista, se suscriba a determinado canal, perfil o sitio, principalmente por la pasión que le despierta el arte y sus personajes; siendo entonces primero un amante de las artes escénicas y, con suerte después, un aficionado a la crítica.

De esto sigue que no hay indicadores que sugieran que, en primera instancia, *estos seguidores de artistas en redes sociales* –ya sea que ellos mismos sean o no artistas también– tendrían la iniciativa de comenzar la búsqueda de una crítica del modo en que se lo exige su funcionamiento en diarios, blogs o medios digitales. Además, es posible suponer que la exigencia implicada en rastrear una crítica cuando no es directamente referida mediante un enlace, tenderá a distanciar a potenciales consumidores y así a reducir las probabilidades de que estos la repliquen y amplíen mediante sus propias redes. Por su parte, los datos indican que, en Argentina, para enero de 2021, las redes sociales digitales habían alcanzado una penetración del 79,3% de la población y el número de usuarios había crecido en 2 millones durante 2020 (Alternativa Teatral y Enfoque Consumos Culturales, 2021, pág. 13), con lo cual, la potencial capacidad de réplicas en función de la consolidación del uso de redes sociales no es despreciable. Sin embargo y nuevamente, el trabajo consistirá en no permitir que cada crítica se desplace en forma aislada y sujeta únicamente a su objeto en cuestión, y en capitalizar ese interés por el arte en la constitución de un espacio al que siempre se desee regresar en busca de nuevos contenidos.

También sería justo considerar la incidencia implicada en ese proceso cotidiano de replicar críticas, que se convierten en parte del *feed* de distintas redes sociales, por fuera de su contexto original de publicación. Evidentemente, no supone lo mismo, desde su recepción, la actividad de lectura de una fuente directa –ya sea del propio diario o a través de los portales del crítico– que un posteo que inserta la crítica entre una serie de posteos, no siempre, no necesariamente relacionados. Además, esta operación comprende, al menos, dos funcionamientos diferentes; en uno, el posteo contiene la totalidad del texto de la crítica o artículo. Este puede ser no legible, es decir, funcionar como una imagen con caracteres tan pequeños que sólo permiten visualizar la crítica como un objeto material; o bien, legible: Instagram permite la publicación de hasta 10 imágenes por posteo, de modo que algunos usuarios fragmentan los artículos y los publican de forma tal, que puedan leerse con solo deslizar la pantalla. El otro funcionamiento es cuando el posteo es un link, una suerte de llave de acceso que lleva a la crítica en su emplazamiento original, la publicación del medio que la albergó. Desde luego, puede haber una diferencia más, según sea el crítico o el artista aquel que repostea la crítica. En términos de Fraticelli, podemos decir que ahí hay un juego de enunciaciones encastradas: al repostear, la cuenta

del que reposteas enuncia que esa crítica fue enunciada, y a su vez, puede comentarla, queda una suerte de enunciación “enmarcada”. (Fratlicelli, 2021)

Se produce así una suerte de indistinción de los contenidos y de homogeneización de la relevancia según la cual no hay diferencia de jerarquía entre un posteo que funciona como recordatorio del día y hora de las funciones, o de la cantidad de presentaciones que queda antes de terminar la temporada, otro que da aviso de que las entradas se encuentran agotadas, o uno que implique la reflexión de un espectador especializado, acerca de la pieza. Por otra parte, la lectura de fuente directa, implica además un reconocimiento del autor de la nota o del medio que la publica, que no necesariamente está presente cuando se entra a la crítica por medio del artista, esta implica un valor agregado que relaciona a la crítica y/o al medio directamente con el lector: un reencuentro.

No obstante, las plataformas parecen ser el formato más exitoso en cuanto a la socialización y lectura efectiva de críticas, especialmente entre los consumidores más jóvenes, que son los que las utilizan en mayor medida.

A la hora de mencionar cómo se enteraron de las obras de artes escénicas (digitales) disponibles aparece en primer lugar, con el 51%, la recomendación, y le sigue los canales donde hay una fuerte presencia de los públicos y sus opiniones, y de interacción entre audiencias y artistas, como Instagram, Facebook y Alternativa (respuesta múltiple). La mención a este tipo de medios, así como a sitios especializados y acciones de prensa y difusión es superior entre quienes tienen un vínculo profesional o vocacional con las artes escénicas. (Alternativa Teatral y Enfoque Consumos Culturales, 2021)

4.2. Crear un consumidor/ Crear una crítica que falta

Es posible pensar que los distintos textos críticos interpelan a diversos perfiles de consumidores de artes escénicas. Según los diferentes datos que hemos expuesto, podríamos caracterizar al primero de ellos como un consumidor frecuente de producciones artísticas y, seguramente, de artículos, ensayos, notas de actualidad o reflexión sobre el tema, con una probable preferencia por las producciones de los circuitos oficial e independiente. Un segundo perfil correspondería a aquellos espectadores vinculados directamente con el mundo de las artes escénicas como agente activo y que, posiblemente, consuma críticas en forma muy puntual, ya sea por algún tipo de interés en el espectáculo en cuestión, en alguno de sus integrantes o en el crítico. Finalmente, podríamos hablar de un tercer perfil, reservado para aquellos espectadores con menor afición, conocimiento y frecuencia en el consumo de espectáculos, y que al hacerlo suele elegir el circuito de producción comercial. Dejaremos por fuera a lectores azarosos y esporádicos que podrían conformar un posible cuarto grupo. Estos perfiles son el resultado de las interpelaciones de los textos, que son de carácter textual / enunciativo; una sistematización de las figuras que están siendo interpeladas/construidas en los textos. Si se hiciera un estudio con consumidores efectivos podríamos encontrar que hay algunos que transitan por más de un grupo y que consumen críticas de más de un tipo.

En este punto deberíamos mencionar también algunas cualidades y características propias y exclusivas de la escena independiente, que nos ayuden a comprender el porqué de la marcada división en circuitos, que definitivamente no se reduce a una cuestión de formato de producción. Cada uno de estos circuitos tiene sus propios rasgos, y la escena independiente se ha ido caracterizando a través de un tipo de construcción simbólica y estética muy particular que –al encontrarse presente en diferentes espectáculos, coreógrafos y directores– acaba constituyendo una suerte de marca de estilo común e incluso de época.

A través de una simplificación, más práctica que justa, pero que se desprende de trabajos anteriores (propios y ajenos) y sobre todo de la observación continua, extensa y atenta de la producción escénica independiente porteña durante –al menos– los últimos 15 años, ya sea, a través de la programación individual de los distintos teatros,⁹⁰ o bien, la de los

⁹⁰ Incluimos aquí los teatros El Portón de Sánchez, Teatro del Perro, Espacio Callejón, Galpón Face, Hasta Trilce, Planta Inclán y los centros culturales San Martín, Rojas, Recoleta, Sábado y de la Cooperación, además de dos teatros emblemáticos que han cerrado sus puertas en los últimos años: El Kafka y Teatro del Abasto, entre aquellos con mayor programación de danza.

grandes festivales,⁹¹ podríamos elaborar una breve lista con algunas de las características que identificamos como marcas recurrentes, entre ellas:

- La no necesaria sujeción a un argumento y exaltación de lo cotidiano en oposición al conflicto entendido como motor del ejercicio dramático
- La ausencia de un lenguaje de movimiento formalizado (en el caso específico de la danza)
- Fractura entre texto e imagen y superposición de planos discursivos
- Elección de nuevos dramaturgos y revisitación o resignificación de clásicos⁹²
- Puesta en valor de elementos discursivos como el vestuario, la escenografía, la iluminación y la banda sonora por encima de los relatos tradicionales que fundaban la escena en el guion textual
- El foco puesto en la indagación y los procesos, antes que en los resultados
- Cruce de lenguajes y, sobre todo en la danza, una tendencia hacia lo performático
- Indagación acerca de los propios recursos dramáticos y del lenguaje, traducibles como una pregunta autorreferencial por la entidad de la obra (y del teatro o la danza en general y, a su vez, de su relación con el tiempo)
- Discontinuidad temática y retórica, impidiendo que el espectador sepa exactamente qué tipo de experiencia tendrá cuando entra a una función, ni cuáles serán los códigos o lógicas que aplicaran en cada espectáculo.

En suma, queda conformada una suerte de unidad estilística que agrupa las producciones independientes fundamentalmente en torno a sus rasgos enunciativos, pero también con algunas particularidades que podrían ubicarse como temáticas o retóricas. Lo autorreferencial, por ejemplo, es enunciativo, pero también da lugar a unas ciertas tematizaciones. La fractura y la superposición de planos discursivos, al igual que la puesta en valor de vestuario y escenografía, podrían pensarse como aspectos más retóricos, pero indudablemente tienen incidencia en las construcciones enunciativas. Irónicamente, podemos decir que la falta de unidad temática constituye un rasgo común y que todos estos aspectos ubican estas producciones bajo los mismos parámetros a partir de los que Terry Smith define el arte contemporáneo:

El arte, al igual que cualquier otra actividad humana, no puede ofrecer más que respuestas provisionarias. Ensayos provocativos, gestos dubitativos, objetos equívocos, proyecciones tentativas, proposiciones inseguras o previsiones esperanzadas: estas son las formas más

⁹¹ Festival Danza contemporánea de Buenos Aires, Bienal de Arte Joven, Festival Internacional de Buenos Aires y Ciudadanza, entre aquellos con gran o total programación de danza.

⁹² *Acto Blanco*, de Laura Figueras y Carla Rímola es un claro ejemplo de una mirada contemporánea acerca de los ballets clásicos. El término revisitación es empleado por ambas coreógrafas en varias entrevistas. Ver: <https://balletindance.com/2019/06/10/carla-rimola-y-laura-figueiras-hay-equipo/>

comunes de arte en la actualidad. Lo que diferencia a estas inquietudes de las preocupaciones contemporáneas del arte previo es que cada obra las aborda –a veces, de manera explícita, pero por lo general, de manera implícita– no sólo para sí y para sus contemporáneos sino también, y de manera definitiva, como una inquisición sobre la antología del presente, una que se pregunta: ¿qué significa existir en las condiciones de la contemporaneidad? (Smith, 2012, pág. 16)

En uno de sus trabajos académicos, el profesor Marcelo Isse Moyano realiza una caracterización de lo que denomina *Narrativas Contemporáneas*, como aquellas que se constituyeron como un modelo en los textos de ficción a partir de los hechos más significativos del siglo XX, particularmente, después de la segunda guerra mundial, focalizando no sólo en sus características sino también en su finalidad. En concordancia y complemento con algunos de los elementos que ya hemos señalado, Isse Moyano señala la polifonía como punto máximo de esta forma de relato, es decir, la aparición de muchas voces narrativas y muchas perspectivas diferentes. También se refiere al quiebre de espacio-tiempo, entendido como una pérdida del orden cronológico o la implementación de rupturas dentro del tiempo del relato y, también, señala el espacio como un protagonista y referente de la narración. Dice este autor:

La narrativa contemporánea es más oscura, busca confundir al lector o espectador y hacerlo parte activa del entendimiento del relato, obligándolo a organizar los acontecimientos de lo relatado debido al uso de técnicas como la intertextualidad (el uso de otras obras para contextualizar), montaje (permite mostrar dos o más planos de la historia, ya sea temporales o espaciales, de manera simultánea), monólogo interior, en forma de discurso sin oyente, que nos deja ver las ideas que está pensando un personaje, hablándose a sí mismo, divagando en su pensamiento, a veces de manera caótica, desordenada, sin puntuación ni orden sintáctico. Éstas, entre otras, son características que el espectador debe ser capaz de descifrar y que le otorgan una multiplicidad de interpretaciones. (isseMoyano, Sin Fecha)

Estas afirmaciones nos permiten seguir reflexionando acerca de las características de la narrativa contemporánea como parte de un fenómeno mayor, que podría ser pensado también en los términos en que lo propone Arthur Danto en *Después del fin del arte*, un texto citado casi sin excepción en cualquier carrera relacionada con nuestra materia y que define lo contemporáneo como algo “fuera del tiempo” y no sujeto a ningún tipo de directivas; un arte que construye sus propias reglas y relaciones, y que puede hablar de cualquier cosa y de cualquier forma, porque se delimita por sus ámbitos de circulación antes que por su factura. Sin dudas, son las producciones del circuito independiente las que, en el campo de las artes escénicas, se inscriben de forma más contundente en lo contemporáneo; pero también, en la relación de contigüidad que se expresa entre las artes escénicas y el giro de la narrativa que se observa en la literatura.

Sin embargo, existe otra cuestión en relación con las artes escénicas que la distinguen –al menos de la literatura y decididamente de las artes plásticas– de otras disciplinas, y es su incapacidad de separarse de aquello que las convierte en actividad de ocio y entretenimiento, es decir, no pueden presentarse a sí mismas únicamente como obras de arte –y no todo el mundo las percibe como tal– lo que también da lugar a una noción de espectador ambigua y heterogénea. Efectivamente las nociones de obra y arte se relacionan en forma directa con la danza y el teatro, pero no reunidas de forma tal que constituyan una unidad como la que estamos acostumbrados a asignar, por ejemplo, a una escultura o una pintura. Por lo demás, esa vinculación directa del *teatro* (sintetizando aquí la actividad de ir a un teatro, ya sea a ver danza o teatro y aún si no nos referimos a una sala teatral en su sentido tradicional) con la idea de entretenimiento, presenta un problema que afecta particularmente a las producciones del circuito independiente: para un espectador inexperto que no está familiarizado con este tipo de escena, estética y narrativa o que, en principio, sólo busca entretenimiento, muchas de estas obras, alejadas de la narración clásica, muchas veces sin un argumento definido y con múltiples juego de reflexión metadiscursiva sobre el propio lenguaje, le resultarán o serán percibidas como de cierto hermetismo. El hecho es que, el consumo de las producciones de los diferentes circuitos se encuentra ligado en alguna medida con el ámbito y círculo social de pertenencia y que el consumo cultural implica un hábito que puede demandar diferentes competencias por parte del espectador a la hora de atravesar su experiencia. Así lo expresa Ana Durán:

Luego de la dictadura y del *under* de los 80 el teatro se volvió críptico y se centró en los procedimientos, lo que lo volvió replegado en sí mismo debido a su lenguaje poco accesible para el gran público (Durán, 2010, pág. 49)

Ana Durán menciona además el factor económico como un eje fundamental que ha apartado a determinado sector de la sociedad del consumo cultural, como un empobrecimiento económico-social ligado a las políticas neoliberales. Ella sostiene que, desde entonces, para muchos el acceso a las artes escénicas representa un lujo mientras que la acumulación de dificultades económicas sostenida en el tiempo, acercan a la gente a las ofertas de las culturas de masa, por lo que terminan por desconocer, no sólo el circuito de teatro independiente, sino también aquellos vinculados con las producciones independientes de la música, las artes visuales o el cine.

De modo que el factor económico-social incide directamente en el desarrollo a corto, mediano y largo plazo de las posibilidades de acceso a ciertos consumos culturales y sentido de pertinencia. Sin embargo, la lógica económica no explica todos los comportamientos; el consumo de productos culturales también se encuentra influenciado por las operaciones que ejercen los medios masivos de comunicación. De otra forma, no

es posible explicar que, aunque lo hagan esporádicamente, los sectores con menos recursos paguen los valores más elevados en el mercado de la oferta de las artes escénicas produciendo una inversión en la lógica de consumo. Cualquier entrada de una gran producción comercial con afluencia masiva y por ende “popular”, es valuada a un precio que podría definirse como lo opuesto de popular (y por tanto, de consumo espaciado en el tiempo, o incluso único), mientras que aquellas producciones de teatro independiente que pueden ser percibidas como elitistas o exclusivas, son inversamente proporcionales en cuanto a su valor económico, que es notablemente más accesible (y por tanto, más factible de ser incorporados como una práctica regular o asidua).⁹³ Evidentemente, inciden en estas elecciones, la falta de conocimiento y socialización masiva respecto de las producciones independientes, así como las características de estilo que las definen y que, es necesario admitir, constituyen una barrera pendiente de ser derribada. No es posible acceder a aquello que se ignora al igual que es mucho más difícil comprender aquello acerca de lo que no se reflexiona en forma pública, masiva y conjunta, haciendo muy poco probable que esos círculos de pertenencia se modifiquen y amplíen, puesto que, tal y como afirma Durán: “sólo se puede tener juicio crítico de aquello cuyas herramientas uno conoce con cierta profundidad”.

Precisamente y a partir de la identificación de esta falencia, fue Ana Durán quien creó y desarrolló junto a Sonia Jaroslavsky el programa Formación de Espectadores en la Ciudad de Buenos Aires. El programa se ocupa de acercar en forma gratuita a grupos de estudiantes de educación pública media (adolescentes, jóvenes y adultos) a lo que sus organizadores consideran *las mejores producciones del teatro y la danza independiente*.⁹⁴ Podríamos mencionar varias cuestiones que lo convierten en un proyecto valioso, pero a los fines de esta investigación basta con mencionar que el 40 % de los participantes aseguran que antes del programa no habían nunca pisado un teatro, mientras que del 60% restante, la mayoría sólo había asistido a aquellas producciones de las grandes salas de la calle Corrientes en espectáculos creados a partir de éxitos televisivos como –en su momento– los fenómenos *Violetta*, *Chiquititas*, *Patito Feo* o *Brigada Cola* (Durán, 2010, pág. 51).

Además, las creadoras del programa consideran que su trabajo no está completo si un mismo grupo no acude al teatro al menos cinco veces, es decir, sostienen y manifiestan

⁹³ Una entrada anticipada para el espectáculo *Cuerpo*, de Santiago Ablin, en *Que tren, Club Cultural*, valía en febrero de 2022 \$900 (valor único expresado en pesos argentinos). Mientras que las entradas para la *IX Gala internacional de Ballet de Buenos Aires*, en el Teatro Coliseo rondaban entre los \$ 800 y los \$5900 en agosto de 2021; las entradas para *El porvenir*, de Eleonora Comelli en el Complejo Teatral de Buenos Aires, oscilaban en noviembre de 2021, entre \$450 y \$600.

⁹⁴ El programa comenzó en realidad con producciones audiovisuales, incorporando en forma posterior teatro y finalmente danza.

que el hábito debe ser construido, requiere constancia y no puede ser proyectado en función de ganancias económicas a corto plazo. En cuanto a la apuesta estética y de lenguaje de la escena independiente, posiblemente requiera para un espectador novel, de cierto entrenamiento que sólo se gana con recurrencia y reflexión. Por lo mismo, el programa incluye en forma posterior a cada función, un conversatorio con el equipo artístico y el elenco, en el que, en el caso de danza, la mayoría de los espectadores suelen romper el hielo sentenciando *no haber entendido nada*.

La mención de este programa viene a cuenta de pensar el rol de la crítica de arte desde su capacidad para la difusión y socialización, pero sobre todo en función de sus posibilidades pedagógicas; no tanto en el sentido de “educar”, sino de abrirse hacia un nuevo lector, habilitándole el acceso a un universo que no siente como propio porque lo desconoce y tal vez hasta le teme; una crítica capaz de atravesar y construir otro tipo de consumidor, desde una perspectiva descentralizada, centrífuga y radicalmente otra; y desde el punto de vista de los artistas y amantes del arte, de la necesidad de que se cubran esos espacios de vacancia. Si hay coincidencia en una problemática que atañe a los *teatros* de todo el mundo y –tal y como lo refería Isaac Hernández– también a los artistas de la danza, es la ausencia de público. Isaac Hernández es un reconocido intérprete de ballet y si bien este tipo de danza es con seguridad el más consolidado en Occidente y el que requiere de menor presentación, sigue siendo una disciplina que se mantiene alejada del público masivo. Si esta distancia puede deberse a obvias elecciones relacionadas con el gusto y los intereses, es innegable que se encuentra también influenciada por su carácter social implicado, en el sentido de una pertenencia; a esto se suma la falta de estímulo y poca socialización que, como vimos, suele tener la danza en relación con otras disciplinas, especialmente respecto de sus formas más nuevas y en permanente devenir. Por lo demás, existen muchos otros programas (en Argentina y en el resto del mundo) como la escuela de Espectadores del reconocido Jorge Dubatti (en la actualidad, subdirector del Teatro Nacional Cervantes), que reconocen a través de su labor la necesidad de dar respuesta a una ausencia que no es capaz de compensarse por sí sola.⁹⁵ Nosotros consideramos que la crítica cumple –o podría cumplir– un rol determinante en esta cuestión.

⁹⁵ Dirigido también por Sonia Jaroslavsky, en el marco del Teatro Nacional Cervantes, se creó el Taller de Jóvenes Periodistas, el cual propone que durante un año, un grupo jóvenes de instituciones educativas públicas y privadas, con el acompañamiento de especialistas en la materia, lleven adelante un laboratorio-taller de periodismo y análisis de las artes escénicas, vinculado a la programación del Teatro con el objetivo de producir un espacio de reflexión y análisis a partir de la producción artística que tiene lugar allí desde diferentes perspectivas. Estas producciones se vuelcan en una publicación digital, actualizada semana a semana. De algún modo, este espacio está basado en la convicción de que la construcción de este hábito y socialización de las artes escénicas depende de ese doble juego que implica la consolidación de un espectador, pero también de una crítica –o periodismo– que acompañe.

También es preciso admitir que, si existen prejuicios respecto de la escena independiente, no son menos los que afectan a la crítica de artes, algunos de ellos ya descritos en la percepción de los artistas de danza independiente porteña. En general, debería decirse que hay una idea por parte del espectador no-artista, que tiende a caracterizar al crítico y su consumidor como seres de cultura medianamente alta y con un gusto elaborado y sofisticado que perciben como lejano y difícil de comprender (Durán dice respecto de los docentes que acompañan a los alumnos al programa, que hay que allanarles las dificultades, demostrarles que no se van a quedar fuera de la actividad aunque no sepan nada de teatro, que no se los va a subestimar); tal vez por eso la crítica en diarios debió ir corriéndose cada vez más del lugar de la reflexión y el análisis para convertirse, en el mejor de los casos, en noticias de difusión o entrevistas, mientras que la académica, quedó reservada para un público más restringido, compuesto principalmente por los mismos académicos. Pero lo importante es que esta serie de prejuicios es en parte responsabilidad del comportamiento y el uso que se ha hecho de la crítica y que con seguridad se aleja de espectadores potenciales como los que, en otro contexto, participan y demuestran interés a través del programa *Formación de espectadores*.

Pensamos entonces en una mirada más popular acerca de la crítica, lo que no implica banalizarla ni abordar necesariamente fenómenos masivos sino, por el contrario, encontrar un modo de que lo exclusivo, lo que se mantiene reservado para unos pocos, lo que parece inaccesible, comience a transformarse en un fenómeno amigable y capaz de suscitar deseo e interés de diálogo en el consumidor. En cuanto a aquellos espectadores experimentados o con mayor conocimiento, se trataría de presentar un formato novedoso que le permita enfrentarse o problematizar sus propias ideas, o la imagen que tienen sobre los artistas y compañías que ya conocen, poner en palabras aquellas cuestiones que ya le son propias y mantenerse al día respecto de la extensa cantidad de propuestas que presenta nuestra ciudad. Una construcción simple pero dinámica y atractiva que, además favorezca el consumo de las producciones más desatendidas –y no por ello de menor relevancia– y apoyándose en todo aquello que la crítica tiene para ofrecer como novedad y no en función de aquello que el consumidor supone o espera encontrar. Implica también una construcción más democrática de enunciatario que puede o no ser especializado, y no obstante, ver satisfechas sus disímiles inquietudes a partir de un mismo contenido, considerando el valor agregado de una nueva forma de enunciación (no sólo en cuanto a sus marcas enunciativas sino a su dispositivo) y cuyo valor no dependa exclusivamente del que se le confiera a su objeto referido.

Gilles Deleuze dice: “La salud como literatura, como escritura, es inventar un pueblo que falta”, para luego completar que escribir por ese pueblo que falta es escribir “con la intención de” ese pueblo que falta (Deleuze, 1996). Aquí cabe hacerse una pregunta por

este metadiscurso creativo que es la crítica como objeto y sobre todo qué puede ser en virtud de ese lugar que hoy, decididamente no ocupa. Una crítica superadora de los intereses y necesidades individuales (trascender la superación propia) y que funcione en beneficio de múltiples actores; construir un saber mayor y más inclusivo, que aporte a las búsquedas artísticas no como un exaltador de sus virtudes, sino como un indagador de sus funciones y hallazgos.

Hablamos de renovar y poner en valor la crítica y no nos referimos a aquello que Petris y Martínez Mendoza identifican como una inversión de protagonismo, según el cual la crítica moderna puede a veces ponerse en primer plano por encima de la obra, sino que – por el contrario– pretendemos transformar ese objeto otro, independiente, valioso en sí mismo que puede ser la crítica, de modo que, lejos de competir con el objeto al que observa, fomente y estimule su consumo, a partir de suscitar una satisfacción en ese otro encuentro (tal vez anterior), y aun, si el mismo no supone la constatación presencial con la obra referida, que garantice un espacio de reflexión en torno al arte. Evidentemente, según aquellas características que hemos ido encontrando como problemáticas o exitosas en los formatos existentes, creemos que esta nueva crítica debería apelar a ese proceso de identificación personal con quien habla, más personal que aquello que habilita su firma; decimos a través de su voz y su rostro, la construcción de esa misma familiaridad que suscita la vinculación a través de redes sociales y el cotidiano que bien manejan los *youtubers* e *influencers*. Se trata de un formato que pone mayor énfasis en la figura del crítico, pero por aquellos rasgos que lo presentan como persona antes que como crítico; un igual con rostro, gestos, cadencias en el habla, fallas, es decir, la presentación de la persona como sujeto de opinión honesta –y formada– y junto con ella, del objeto al que refiere.

Lo interesante es que la danza y el teatro son objetos que más tarde o más temprano, requieren algún tipo de contraste presencial, de modo que cualquier competencia entre crítica y objeto terminará por volverse irrelevante. Tal vez en artes plásticas, la experiencia de la obra puede ser compensada con prácticas no presenciales porque ofrece a la crítica mayor capacidad de reproducir/mostrar parte de las obras, algo más restringido en las escénicas, pero es difícil pensar en un consumidor de crítica de artes escénicas que no sea al mismo tiempo consumidor de espectáculos, los cuales requieren de una experiencia directa que no puede ser suplida o completada sin el objeto primero. En todo caso, así como el crítico no puede ver toda la oferta de la cartelera, el consumidor de crítica tampoco lo hará, lo que no quita que pueda interesarse por acceder a un espacio regular de reflexión y presentación de objetos, con el fin de informarse sobre un tema que le resulta de interés y, en ocasiones, abrazar el impulso de ir personalmente a ver algo que llamó particularmente su atención.

4.3. Mundo Digital

Hasta aquí nos hemos referido a diversas cuestiones en torno a la crítica de artes escénicas, que nos son útiles para reflexionar y distinguir entre aquello que la crítica es, aquello que se espera que sea y aquello que podría llegar a ser. En todo caso, comprendemos que la crítica se ve necesariamente determinada por el soporte y medio que la pone en circulación y que, a través de cada medio (impreso o digital, audiovisual o sólo audio, independiente o perteneciente a un grupo empresarial) puede ofrecer productos muy diversos respondiendo a distintos intereses y niveles de expectativa puestos en ellos. En ese sentido, es preciso reconocer que se trata de un producto de consumo cuyo formato responde también a las necesidades comerciales del medio que lo edita y, en el caso de la crítica periodística (aquella que circula en medios generalistas) sufre las consecuencias de la intensa puja que atraviesan los medios para definir su propia identidad, permanencia y hegemonía, en un contexto de estabilidad precaria que se evidencia en el declive de los grandes diarios, del mercado editorial periodístico y de los niveles de audiencia de la televisión, tal como venían funcionando hasta la llegada y expansión de los medios digitales.

Tomemos como ejemplo la crítica que circula en diarios, cuyo consumo se encuentra en indiscutible transformación, que puede ser verificada –como mínimo– en la disminución de la venta de su edición en papel. Estos cambios en el consumo evidencian la necesidad de producir una adecuación que debería pensarse en función de los dispositivos que tienen actualmente mayor pregnancia: *smartphones*, *tablets* y computadoras portátiles:

En 2013 apenas un 9% de la población se conectaba a internet principalmente a través del celular, mientras que en 2017 más del 70% se conectó todos los días vía Smartphone (SINCA, 2017, pág. 6)

Al mismo tiempo suscita una pregunta por los hábitos de lectura, en tanto no es posible aseverar que todos aquellos que han dejado de comprar el diario impreso hayan optado por la lectura en formato digital. ¿Es prudente afirmar que satisfacen sus necesidades informativas o de entretenimiento dando continuidad a ese hábito mediante nuevas opciones, o tal vez, simplemente las han abandonado? Según el SINCA, lo que se registra no es simplemente un cambio en la elección del dispositivo, sino una tendencia a optar por actividades que no exijan un 100% de atención. Esto puede interpretarse –al menos– de dos formas: por un lado, puede estar señalando que es frecuente la manipulación de más de un dispositivo en forma simultánea; por el otro, parece indicar que la atención prestada a cada dispositivo suele ser dispersa y no exclusiva, lo que implica pensar la ejecución de múltiples actividades al mismo tiempo. Por otra parte, si los diarios han sido por excelencia un medio informativo que supo distinguirse por ser económico, portable y

por ofrecer información de actualidad, no es menos cierto que –fundamentalmente a través de suplementos, revistas o secciones especializadas– también cumplen y han cumplido una función de acceso a información vinculada con el entretenimiento y que casi todas sus propuestas textuales pueden encontrarse de forma más accesible y económica en sus versiones digitales. Respecto de la noción de actualidad; debemos admitir que a la velocidad de circulación de la información que disponemos hoy, es un concepto que se construye con más proximidad al presente en las ediciones digitales. Zelcer plantea en diversos trabajos que el papel tenía una actualidad más diferida del tipo: “esto es lo que pasó ayer”, o “esto es lo que está pasando” (en esta época, por estos días). Mientras los diarios impresos no podían ni pueden hablar de un “ahora”, los digitales pueden trabajar con el “tiempo real”, pues se manejan con tiempos mínimos de producción y distribución produciendo el efecto de un “ahora”. Siguiendo su propuesta, podríamos decir que los diarios digitales ampliaron la tematización de la actualidad a una temporalidad más cercana al presente, por la capacidad del dispositivo de trabajar en “tiempo real” (Zelcer, *Devenires de lo fotográfico. Imágenes digitales en los dispositivos contemporáneos*, 2021).

En 2004 Tim O’Reilly popularizó el concepto de *Web 2.0*, cuya principal característica es la capacidad colaborativa y participativa de los usuarios, adquiriendo su forma más evidente a partir del surgimiento de los blogs y, por lo tanto, estableciendo una de las diferencias sustanciales del formato: brindar la posibilidad de participar.

La Web 2.0, más que una tecnología es una actitud de los usuarios, tanto productores como consumidores, frente a la circulación, manejo y jerarquización de la información. Esta democratización de la producción y acceso a la información en diversos formatos e idiomas hace de la Web 2.0 un punto de encuentro para los ciudadanos del mundo (Cadena, 2010)

Desde entonces y, especialmente, desde la llegada de los celulares con acceso a Internet, desaparece la necesidad de que el usuario esté frente a la computadora; se está conectado en todo momento y en todo lugar, de modo que nos encontramos con un uso y una experiencia de acceso a la información que son radicalmente otros. Por su puesto, sigue habiendo un importante número de personas que eligen el papel, aunque, probablemente, también utilizan dispositivos, de modo que podríamos hablar de un sistema mixto de acceso a la información.

En un contexto de abundancia de recursos para la comunicación, prácticamente al alcance de todo aquel con acceso a Internet, cualquiera puede convertirse en un potencial creador de contenidos capaz de disputar la atención de los usuarios, incluso con los medios hegemónicos. El producto puede resultar más o menos exitoso en cuanto a sus índices de consumo, que será más o menos frecuente, también según el grupo social y la edad, pero

esto es extensivo a todos los productos mediáticos y, en realidad, no se trata únicamente de un asunto de preferencias generacionales, sino que también da cuenta de una crisis de la credibilidad de los grandes medios. Desde su surgimiento estos construyeron un imaginario basado en la promesa explícita del *compromiso con la verdad* y fueron exitosos en cuanto a instalar la idea de que todo lo que salía en televisión o en diarios era cierto por el sólo hecho de ser transmitido en televisión o publicado por un diario. Pero este compromiso comenzó a verse traicionado progresivamente, en parte gracias a las redes sociales y a la labor de difusión de medios y comunicadores independientes. Por ejemplo, según la revista Forbes, una investigación realizada por la empresa Spotify reveló que:

Entre los millennials y la Generación Z, el 40% calificó su confianza en los podcasts por encima de su confianza promedio en las fuentes de medios tradicionales, incluidas las noticias de la televisión nacional, los periódicos y la radio (Forbes, 2021)

Efectivamente los medios independientes y no tradicionales parecen haber ido ganando popularidad desde su lugar de una presunta ausencia de sujeción a negocios e intereses de grandes corporaciones y una auto presentación más honesta en cuanto a sus formas de obtener rédito, sus sistemas de monetización y de patrocinio y, en todo caso, a su capacidad de brindar una ilusión más potente de cercanía. En parte porque ya no es la figura de un canal/empresa la que está en juego, sino –al menos en apariencia– la de un individuo o pequeño equipo⁹⁶ que se presenta, en general, en primera persona, sin demasiado maquillaje ni producción, alguien que no parece estar respaldado por una gran corporación y se encuentra disponible sin restricciones de horario, en el dispositivo que cada uno elija y en el momento en que lo desee. Finalmente lo que se vislumbra como un valor agregado y en especial –aunque no en forma exclusiva– para los *millennials*, que conforman el grupo de consumo más extenso, es la posibilidad de elegir un contenido y un comunicador específicos: una “persona”, no ya de entre las acotadas propuestas de una emisora sino de la inagotable red mundial. Mario Carlón identifica este proceso de desplazamiento de unos medios a otros como una crisis y sostiene que lo que estamos viviendo es el fin del concepto de programación, porque, a partir de los medios digitales, el espectador tiene el poder para decidir lo que quiere ver, cuándo y dónde desea hacerlo (Carlón M. , 2016).

Estas diferentes características entre aquello que podríamos denominar medios masivos y hegemónicos y medios emergentes o de menor envergadura y caudal de circulación, termina por constituirse en una suerte de polarización que los enfrenta y que parece dirimir la discusión en una especie de contienda generacional, es decir, que lo que opone a los medios como de *un bando o del otro* ya no es tanto –o solamente– la ideología (si se

⁹⁶ En Argentina está el caso de los recientemente separados *País de boludos*, que lograron consolidarse como pequeño equipo ofreciendo diversos contenidos en distintos formatos

consume Clarín, La Nación o Página 12, según sus diferentes posiciones políticas), sino la forma de presentarse, prestar servicio y ofrecer contenido a sus consumidores en tanto medios hegemónicos o independientes:

(...) la mayor parte de los millenials no ven televisión y no les importa mucho lo que las celebridades *mainstream* tienen para decir sobre productos o servicios. Confían más en sus tribus de redes sociales y en los consejos entre pares. (Carlos Scollari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021, pág. 4)⁹⁷

Plataformas como YouTube lograron convertirse en nuevos canales informativos, ya sea, por los contenidos realizados específicamente para esa plataforma, cuanto por su capacidad de alojar la repetición de aquello que, inicialmente, pudo haber sido publicado por un medio hegemónico. María Fernanda Cappa sostiene que:

La dificultad para ubicar a Internet en el sistema de medios de comunicación y en la serie histórica de prensa gráfica, cine, radio y televisión surge por el salto de escala que la oferta de Internet implica: no sólo aporta una multiplicidad de dispositivos *proprios* sino que además puede albergar (siempre de modo complejo y conflictivo) a los medios masivos preexistentes. (Cappa, 2010)

En cuanto a esto último, no debería sorprendernos que muchos usuarios prefieran utilizar una plataforma de búsqueda que les permita acceder a la información de su interés en forma puntual y direccionada, ya sea porque desean profundizar en un tema que ya conocen o porque desean ampliar algo que escucharon por otra vía pero, en cualquier caso, priorizando la especificidad de los resultados y haciendo uso –continuando con Cappa– de *un nuevo medio de gestión del contacto*. José Luis Fernández describe este tipo de funcionamiento en un artículo sobre publicaciones académicas y refiriéndose a la revista *LIS*:

Creemos que muy pocos de nuestros lectores buscan y recorren cada número individual de la revista. La mayor parte de los accesos se producen a través de búsquedas temáticas en browsers o índices, que llevan a artículos específicos de cada número y capturando sus Key Words. (Fernández, 2018)

De modo que el uso de medios y dispositivos digitales tiende a reducir las ocasiones en las que puede aparecer aquello que habíamos señalado como el factor azaroso que puede presentarse en los medios analógicos, direccionando las búsquedas en función de resultados muy específicos solicitados por un usuario activo. Incluso aquellos contenidos de esparcimiento que podrían admitir la extensa variedad de oferta de cada plataforma, operan según sistemas de recomendación que sugieren contenidos al usuario. “Cada

⁹⁷ En todas las citas de Fraticelli, Scollari y Tomasena et. al., la traducción es nuestra.

escucha de un tema musical en Spotify o visualización de una película en Netflix genera datos referentes a una práctica, que luego funcionan como *input* en el mundo de los algoritmos para la generación de una nueva recomendación” afirma Zelcer, quien además, señala que “a través de la datificación y el *machine learning*, las plataformas no sólo clasifican y organizan los productos culturales contenidos en ellas, sino que también lo hacen con los usuarios” (Zelcer, 2022a).

Aun así, en la actualidad, los funcionamientos coordinados de distintos algoritmos pueden traer obras o textos novedosos para los usuarios, por distintas lógicas de desplazamientos (porque son del mismo género o artista, porque comparten *tags* o etiquetas, porque fueron vistos o escuchados por usuarios de un perfil similar al que está empleando una plataforma, etc. (Zelcer, 2022b). En relación con el caso específico de YouTube, Scolari Fraticelli y Tomasena señalan que:

Como plataforma, Youtube es más que un simple sistema para subir y compartir videos. Como parte de Google/Alphabet Inc., Youtube combina una serie de funciones sociotécnicas tales como motor de búsqueda, algoritmos de relación de videos, mecanismos de suscripción, mediciones (analíticas), identificación de contenido protegido por derechos de autor, venta de anuncios (AdSense) y funcionalidades de las redes sociales (comentar, dar me gusta, compartir). En este contexto, “la atención se mide por los mismos sistemas que también producen y distribuyen contenido, organizan y clasifican la visualización de un video, conectan los anuncios con el contenido y ajustan los algoritmos que conectan el contenido con los anunciantes (van Dijck 2013:125). Postigo ha demostrado el modo en que estas prestaciones han sido diseñadas para alinear las creaciones de los usuarios según criterios de popularidad y, por lo tanto, aumentar los beneficios de la empresa en base a la creatividad de los usuarios. (Postigo, 2016). (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021, pág. 10)

En cuanto a los contenidos creados para la plataforma, Scolari, Fraticelli y Tomasena analizan en profundidad el fenómeno y sostienen que la razón del éxito de los *youtubers* radica en que conectan con la gente a partir de que comparten sus experiencias íntimas, es decir mostrando sus vulnerabilidades –o una narrativa de ellas– lo que funciona porque, según sostienen, los *millennials* tienen un gran radar para detectar la falta de autenticidad y –agregamos– poca tolerancia para con ella. Ese contrato enunciativo de proximidad se sostiene debido a que los *youtubers* suelen responder a los comentarios y preguntas alentando la participación de la comunidad y estableciendo lo que los autores denominan un *multinivel de comunicación* con ella. Se trata de una estrategia opuesta al formato devenido del modelo *Star sistem*, por el cual las figuras televisivas –ya sean actores, presentadores o periodistas– son percibidas por su público, tan admirables como inaccesibles, lo que, en parte, también incide en que la noción de comunidad –tan

frecuentemente aplicada al universo de YouTube— resulte un concepto impensable para los tradicionales canales de televisión y sus teleespectadores.

Carlón identifica este proceso a través de tres diagnósticos que consideramos simultáneos e indivisibles: crisis de los medios masivos, emergencia de un nuevo sistema de mediatización y emergencia de nuevos espectadores y prácticas sociales (Carlón, 2016). Esto puede verificarse en el notable desplazamiento del consumo de televisión hacia YouTube y contenidos *on demand*, por parte de niños, adolescentes, jóvenes y jóvenes adultos, lo que se evidencia también en una pronunciada pérdida de audiencia tanto para las cadenas de televisión como para los diarios, que genera a su vez un gran descontento entre productores de TV y grandes medios gráficos. No debemos olvidar que “los *millennials* son actualmente el mayor grupo demográfico de consumidores, con alrededor de \$1,3 trillones en poder adquisitivo (2015) y en ese sentido un objetivo central para todas las marcas” (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021). Una consecuencia directa que hemos podido identificar, es la tendencia de algunos *holdings* mediáticos que, a través de sus estrellas contratadas, intentan descalificar a los nuevos e independientes productores de contenido, dejando en evidencia —en el mismo acto— la consolidación de estos nuevos comunicadores, canales y formas de consumo, así como la tensión entre medios hegemónicos y alternativos que parece, además, constituir un motor de fuerza vital para unos y otros.⁹⁸

Lo que emerge es una nueva puesta en juego y conceptualización de la comunicación, pero no solo en términos de tecnología, sino de ilusión de contacto. Para comprender las nociones que intervienen cuando hablamos de estos nuevos soportes digitales, sus interconexiones y lo que implica elaborar un contenido que sea específico para ellos, debemos comprender que lo que abordamos es toda una nueva lógica que incluye otro tipo de relación con el cuerpo y la voz, y cuya incorporación se justifica en una promesa de honestidad sin reservas. En lo que refiere concretamente a la crítica, hasta hace relativamente poco había sido, por excelencia, escrita, dejando a un lado el lenguaje corporal y las inflexiones de la voz, como si fuese necesario esconder a la persona que

⁹⁸ En 2021 se publicaron unos antiguos *tweets* publicados originalmente por el *YouTuber* Martín Cirio (entre 2007 y 2011), en los que decía, en su tono de sorna característico, sentir deseo por estar con alguno de sus alumnos adolescentes y, por lo tanto, contenían un carácter supuestamente pedófilo o con apología de la pedofilia. Lo cierto es que los mismos fueron descontextualizados en tiempo y espacio, y formaban parte del tipo de humor y contenido provocador habitualmente producido por Cirio que, evidentemente sólo buscaba llamar la atención. Se trata de una clase de humor que —aunque siempre jugando en los márgenes— tenía aceptación social en su momento, pero que hoy, en otro contexto social, podría considerarse desafortunado. Cirio fue duramente criticado, sufriendo lo que en la jerga denominan una Cancelación, pero el abordaje que se le dio en diferentes programas de televisión abierta, dejó ver un oportunismo y una suerte de regocijo que parecía fundarse más en una antipatía contra el *YouTuber* y todo lo que él representa —muy anterior y desvinculada del contenido de sus *tweets*—, antes que con los comentarios en sí mismos y la relevancia del asunto.

contiene al crítico y quedarnos únicamente con la “objetividad” de su análisis. De modo que toda transición hacia un formato audiovisual implica una renovación estructural que incorpora un nuevo y extenso universo de posibilidades expresivas apoyadas en la presentación de una persona (o personaje) y de los eventuales efectos enunciativos que se generan a partir de ese cuerpo que habla y que gesticula, que se hace presente en la pantalla. Los recursos discursivos y el tipo de montaje que se emplean en plataformas como YouTube e Instagram, se parecen en algunos aspectos mientras que en otros se distancian muchísimo del modo en que la televisión ha trabajado el audiovisual, resignificando la noción de cuerpo, entre otras cosas, porque si la persona que habla directamente a cámara puede ser considerada un producto, en el contexto de este nuevo sistema de medios basados en Internet y la telefonía (Carlón, 2018), al menos da el efecto de ser un producto de sí mismo que se dice en primera persona sin intermediarios, y en ese sentido, propone una plena identificación entre el discurso y el personaje. Respecto de la aparición del cuerpo en la crítica, así se expresan Bermúdez y Dámaso Martínez:

Esta situación nos obligó, por un lado, a revisar la construcción de los corpora; por otro, a repensar las categorías teóricas y analíticas, pues pronto percibimos los límites que se hacían presentes al trasladar al estudio de lo que sucedía en las redes sociales los enfoques y categorías destinadas originalmente a abordar la existencia escritural de las textualidades críticas (que no daban respuesta, por ejemplo, a las preguntas por los sentidos que aportan la voz y el cuerpo en las videocríticas de YouTube). Dicho en otras palabras, nos vimos obligados a considerar aún más la especificidad teórico-metodológica y analítica que impone el dispositivo. (Nicolás Bermúdez y Carlos Dámaso Martínez, 2021, pág. 5)

En cuanto a aquello que refiere a la nueva puesta en foco del cuerpo –a través de los distintos aspectos en que esto pueda interpretarse– debemos decir que estas plataformas han dado visibilidad y construido una nueva suerte de “héroe”, constituido en torno a los tradicionales “anti-héroes”; el hombre común y el no ocultamiento de sus fracasos (y con “fracasos” nos referimos tanto a los del “buen desempeño” como a los del cuerpo “imperfecto” que –retomando a Berman– serían aquellos rasgos que no se ajustan al canon de belleza establecido). Esto sucede, en primer lugar, a partir de la visibilización de lo no hegemónico, cuando no se lo convierte en centro de atención por el mero hecho de no ser hegemónico, de la forma que habitualmente lo ha hecho la televisión, incluso bajo el supuesto de integración. Así, programas como “Cuestión de peso”⁹⁹ han presentado la obesidad y la pelea contra dicha enfermedad como un entretenimiento, mientras que en las ficciones (incluso las emitidas por el mismo canal en el que se encontraba dicho

⁹⁹ Cuestión de peso fue un programa de televisión que se emitió en Argentina durante 14 temporadas a partir de 2006. Los participantes, eran personas obesas que tenían por objetivo bajar de peso compitiendo por un premio en dinero, según la cantidad de kilogramos perdidos a través de los diferentes episodios.

programa) los actores muy gordos, o muy petisos, o pelados, etc., con frecuencia obtienen un rol de amigo del protagonista –mas nunca protagonista–¹⁰⁰ y, en general, son los que vienen a aportar el humor en el sentido más tradicional del *Augusto* en la técnica del Clown, que es el payaso que nos hace reír porque recibe los golpes y cachiporrazos.¹⁰¹ Es decir que, el sentido de democracia que ofrece Internet y las plataformas que en ella circulan, se refuerza en esa idea de que no hay que ser bonito, sabio o rico para convertirse en *influencer*, sino por el contrario, que las plataformas son el espacio donde los anti-héroes también pueden triunfar. Tal vez la característica que queda un poco menos incluida sea la edad, porque, de algún modo, lo que funciona en redes sociales y plataformas es la identificación con el productor de contenidos: este sujeto que habla en primera persona y se cuenta a sí mismo capitalizando todo aquello que la sociedad le ha devuelto de sí como debilidades, y son precisamente estas, las que permiten al consumidor medio identificarse con él. Las audiencias mayoritarias y de mayor frecuencia de uso son en general jóvenes menores de 40 años (con variaciones según la plataforma) (SINCA, 2017), es decir, los adultos mayores son los que menos consumen estos contenidos; en línea con esto, no es frecuente encontrarlos como productores de los mismos.

Sin embargo, nuestro punto es que el cuerpo cobra un nuevo valor discursivo. Desde luego, las plataformas incluyen una inmensa cantidad de contenidos en los que la belleza hegemónica es la que prima y cuenta con millones de seguidores y visualizaciones, pero por primera vez asistimos a un entorno en el que hay espacio para algo más que ese canon de belleza. Como sostienen Scolari y Fraticelli citando a Burgess y Green, YouTube ha desarrollado su “propio sistema interno de celebridades que está basado y refleja valores que no necesariamente coinciden con los medios de comunicación dominantes” (Scolari y Fraticelli, 2016). A nivel discursivo, lo que se supone es que aquí el “enganche” no es tanto con el personaje sino con la persona (o una narrativa de la persona), de modo que hablamos de un cuerpo que no se disfraza, sobre todo en cuanto al mundo YouTube pues, desde un principio, Instagram se edificó como una plataforma centrada en la imagen.

¹⁰⁰ La telenovela colombiana y repetida en toda América latina “Betty la fea” es un claro ejemplo de esto, donde la protagonista es una mujer “fea” –según los tradicionales cánones de belleza– pero de un corazón tan grande que logra enamorar a todos; sin embargo, aunque la moraleja es bastante evidente, al final la protagonista se quita los anteojos y los aparatos de ortodoncia y se vuelve “bella”. (“Yo soy Betty, la fea”, 1999, RCN Televisión)

¹⁰¹ Fraticelli diría que entra en el orden de lo cómico: se ríen *de él*, lo transforman en objeto de burla. La televisión argentina cuenta con casos emblemáticos como los de “El gordo Porcel” (1936-2006) o la actriz Ana María Giunta (1943-2015), que construyeron su carrera a través de la ridiculización de su obesidad e, incluso, actualmente, el éxito del actor y presentador Dario Barassi (1983), radica, en parte, en su caracterización de “gordo divertido”, mientras que la actriz Maruja Bustamente (1978), también suele ser convocada, para personajes que podríamos denominar *freaks* o corridos.

En el territorio de la crítica, la aparición del cuerpo es un factor inédito y, seguramente una respuesta al reclamo social de la época; en una sociedad signada por la fragmentación y las oposiciones –el concepto de grieta se ha instalado entre los argentinos de un modo sin precedentes– emerge como demanda la exigencia de tomar partido respecto de casi cualquier situación, y la presentación de un sujeto con imagen y voz, alguien a quien – además– podemos conocer a través de sus redes, derriba los mitos sobre el personaje y no le permite ocultarse detrás de una firma. Si cierto tipo de crítica ha intentado históricamente ir borrando las marcas de enunciación hasta hacer desaparecer en algunos casos al crítico, ahora aparecen las personas como sujetos vulnerables y una sujeción a través de la mirada que nos mantiene pendientes mientras no se despegue de la cámara; resurge la promesa de honestidad anclada al rostro de la persona que solíamos escuchar o leer; irónicamente, la posibilidad de hacer contacto:

La primera operación que se destaca es una enunciación edificada en el contacto. Cualquiera sea su género o lenguaje, los videos de los YouTubers presentan una acentuada función fática (Jakobson 1960) que reafirma constantemente el vínculo entre el enunciador YouTuber y sus enunciatarios espectadores. (Carlos Scolari y Damián Fraticelli, 2016, pág. 8)

Tal y como lo sostienen Scolari y Fraticelli, esta operatoria no es una novedad respecto al conductor de televisión; sin embargo, habiéndose despojado de la parafernalia de los shows televisivos y las grandes producciones, siendo construida desde la intimidad del propio hogar, el efecto enunciativo es radicalmente otro. Los autores afirman que, si bien esta es una marca representativa “los *youtubers* pueden no mirar a cámara por extensos momentos y hasta hacer videos enteros en los que ni siquiera aparecen, como sucede en muchas grabaciones de sus partidas de videojuegos, pero lo que raramente ocurre es que se queden callados. El *youtuber* habla infatigablemente, su cuerpo puede desaparecer, pero su voz no deja de escucharse”. (Carlos Scolari y Damián Fraticelli, 2016)

Lo que los autores señalan como marca específica de los *youtubers*, es que “generan con su habla, movimientos corporales y gestos enunciados que giran en torno a su afectividad (...) aun en los videos que tienen por objetivo informar, la función emotiva está presente” (Carlos Scolari y Damián Fraticelli, 2016, pág. 11) Es decir que, más allá del tópico que rige cada contenido en particular como campo de desempeño (informativo, *cooktubers*, *booktubers*, *gamers*, etc.), lo que se pone en primer plano en YouTube es el personaje que presenta y que se presenta a sí mismo como persona.

4.4. Hegemónicos versus independientes

Seguramente, hacia fines de los '70, cuando Raymond Williams escribía sobre Hegemonía, no hubiese podido imaginar que dos décadas después el mundo se revolucionaría a partir del surgimiento de esa nueva tecnología llamada Internet con las posteriores redes sociales. Sin embargo, Internet, y particularmente las redes sociales, son un espacio privilegiado para que se generen y se difundan producciones culturales contrahegemónicas y de hegemonía alternativa, y pensadas en función de su relación con los medios tradicionales, que denominamos hegemónicos, nos invitan a revisar esos conceptos y proporcionarles un nuevo marco de aplicación.

Williams entiende la Cultura como un concepto en permanente transformación que funde objeto y práctica y que no puede desvincularse de factores como economía y sociedad:

Una hegemonía dada es siempre un proceso, y no un sistema o una estructura. Por otra parte, no se da de modo pasivo como una forma de dominación (...) debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada. Así mismo es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que no le son propias. Por lo tanto debemos agregar al concepto de hegemonía los de contrahegemonía y hegemonía alternativa (Williams, 1980, pág. 134)

Justamente nos interesa pensar la hegemonía no tanto como ejercicio de lo dominante sino desde el vínculo que se constituye dinámicamente entre –y que al mismo tiempo conforma a– los agentes hegemónicos y todo aquello que emerge como novedad u oposición y que, en ocasiones, llega a desestabilizar las bases que hacen que “lo hegemónico” se perpetúe como tal, dando lugar a que se establezca una nueva hegemonía. Así, en términos de medios de comunicación, era esperable que los medios hegemónicos tendiesen a ignorar, aislar o rechazar las alternativas independientes o emergentes, particularmente, aquellas que surgieron en las redes sociales de Internet, incluso antes de percibir las como una competencia peligrosa con capacidad de instalarse en el gusto de la sociedad. El caso es que, merced de su persistencia y conforme estas crecían en seguidores, comenzaron a identificarlas como una competencia significativa y desestabilizante que debía ser desprestigiada, o bien, absorbida. Ese es, precisamente, el mecanismo de control que asume la función hegemónica: apunta a transformar a las producciones de los medios contrahegemónicos o alternativos, las copia e introduce transformaciones en sus propios formatos, o bien, intenta incorporarlas.

Ahora bien, la “disputa” por la hegemonía responde a la construcción de un sentido de la realidad y se juega en el plano del poder y de las ideas más que en lo cuantitativo. Sin embargo, Si observamos la relación entre medios de comunicación tradicionales y nuevos medios, a través del concepto de hegemonía, podríamos decir que los enfrenta la

atención de las audiencias, porque –en principio– las mismas personas consumen los distintos tipos de medios, y lo que se pone en juego muchas veces es cuánto tiempo le dedican a cada uno y, en consecuencia, el poder que les atribuye ser más o menos consumidos y convertirse en un referente para la sociedad o una parte de ella. Podríamos decir, además, que existe un espacio de particular tensión respecto de un determinado segmento de la sociedad en el cual los medios tradicionales no tienen ninguna hegemonía sobre la audiencia por la cual se suscita la “competencia”. En la medida que los nuevos medios se dirigen a un *target* de consumidor que no se encuentra cautivado por otro medio, es decir, que ya ha abandonado (o nunca había elegido) a un medio masivo tradicional como su fuente de información o entretenimiento, ambos se encuentran en igualdad de condiciones en un territorio que parece presentarse más hostil para los medios tradicionales. Precisamente, uno de los argumentos principales de Carlón acerca de la crisis del sistema masivo de mediatización se fundamenta en la “disminución del poder de los medios masivos con respecto de la capacidad que tenían para programar la vida social y para controlar el discurso que se emitía, situación que ya no es posible en la era de internet” (citado por López, 2016). Se entiende entonces que los medios masivos intenten incorporar esos discursos alternativos.

Por un lado deberíamos decir que la elección de un medio alternativo como fuente principal de información o entretenimiento no puede explicarse simplemente en términos de búsqueda de una novedad o rasgo distintivo, sino que se debe comprender también como una decisión consciente y una acción concreta que opera en múltiples sentidos y que se relaciona con diversos movimientos sociales de la época. En nuestra coyuntura la comunicación se encuentra al centro de la cuestión erigiéndose como una forma sustancial de poder; muchas veces las redes vehiculizan y dan cauce a una agenda alternativa a la de los medios hegemónicos (que puede diferir mucho según el medio que la elabore) y que, en ocasiones, emerge como manifestación a través de las redes sociales mucho antes de llegar a ser abordada por la prensa. Incluso podría decirse que, muchas veces, los medios tradicionales recién recuperan las “noticias” una vez que han adquirido gran circulación en las redes sociales.¹⁰² Mientras que una década atrás los medios seguían construyendo un imaginario –incomprobable– acerca de aquello que aseguraban eran los intereses del espectador, a partir del surgimiento de los nuevos medios, con las

¹⁰² Muchas veces ocurre también lo opuesto: un contenido es “levantado” por un medio masivo y es recién entonces que cambia la escala y se vuelve masivo. Carlón trabaja sobre cómo a veces los contenidos “saltan” de un sistema de medios al otro (en este caso, sería de los medios basados en Internet a los tradicionales) y llamaría a este caso un movimiento “ascendente”, como si el sistema de los medios masivos estuviera “por encima” del de las redes. (Carlón, 2022)

redes sociales a la cabeza, es efectivamente el consumidor directo quien manifiesta cuáles son sus intereses, visibilizando una nueva forma de exposición de las demandas sociales en todos los niveles. En oposición al sistema *broadcasting* (relativamente pocos emisores construyen una realidad para muchos receptores), las redes sociales funcionan en un modelo reticular (*networking*), sin emisores centralizados. Así lo explica Fernández en un texto reciente,¹⁰³ en el cual sostiene que ahora, estaríamos atravesando una época de *postbroadcasting*, donde ambos sistemas de información conviven; los medios masivos, no sólo permanecen, sino que, muchas veces, retoman lo producido en las redes –aunque podría pensarse que, muchas veces, lo que retoman de ellas es lo hegemónico y que cuando aparece lo contrahegemónico suele ser para cuestionarlo o ridiculizarlo–. Es que las posiciones que toman los medios que llamamos dominantes o hegemónicos tienden a mantener el statu quo, con eventuales transformaciones superficiales, mientras que aquellos que identificamos como emergentes o contrahegemónicos se convierten en vehículo de estas demandas sociales, y es precisamente por ello, que la perspectiva del culturalismo y las definiciones de Williams parecen describir nuestra temática como si hubiesen sido escritas con tal fin.

Para ser precisos, no deberíamos hablar de nuevos medios en oposición a los tradicionales, en primer lugar, porque eso podría interpretarse como que el objetivo de su surgimiento es estar *en contra de* los medios tradicionales, lo que constituye un error; en todo caso generan nuevos espacios en un mercado que nunca antes había sido accesible para todo el mundo. En segundo lugar, incluso entre los medios emergentes, aunque se presenten como espacio privilegiado de despliegue para lo contrahegemónico, existen incontables producciones de contenido *mainstream*. En cambio, sí podemos decir que determinadas producciones de los nuevos medios se erigen como contrahegemónicas buscando diferenciarse y ganar la empatía del público que han identificado como potencial para sí mismos, ya sea por afinidad, o bien, por el rechazo o la falta de interés que suscitan en él (en el público) los medios tradicionales. En cierto sentido, podríamos decir que inician una nueva disputa por la hegemonía dentro de un contexto de alteridad o para una nueva audiencia.

El *youtuber* Martín Cirio, es un buen ejemplo de esto. Con más de 714.000 suscriptores en su canal de YouTube (febrero de 2022), *La Faraona* viene forjando su carrera desde el año 2009.¹⁰⁴ Sus contenidos han ido variando con el correr del tiempo, pero siempre con

¹⁰³ Ver: <https://hipermediaciones.com/2020/04/09/una-pandemia-en-postbroadcasting/> [visto: 12/5/2022]

¹⁰⁴ Se suscribe a YouTube el 1º de agosto de 2009 y sus primeros videos publicados (a la fecha no se visualizan en su canal) son de ese año. Ver: <https://www.youtube.com/channel/UCunKpj3RZOlRp1jpETmScWg> [visto: 12/2/2022]

un estilo provocador y mostrándose indiferente respecto de las opiniones externas, convirtiendo su vida sexual en eje central de sus publicaciones y erigiendo todo aquello por lo cual debería considerárselo sujeto no hegemónico como bandera de su propia identidad: un hombre gay, de familia disfuncional y pobre. El caso de Cirio es interesante en tanto reúne varios rasgos que podrían concebirse como contrahegemónicos y –en términos de medios– pone en escena la disputa a la que hace mención Carlón.

Williams elabora su concepción a partir de Gramsci, que también habla de hegemonías alternativas, a las que vincula con sectores de la sociedad más revolucionarios. Para Gramsci surgen de la clase obrera: “un pueblo trabajador que debe convertirse en clase, y en una clase potencialmente hegemónica, contra las presiones y los límites que impone una hegemonía poderosa y existente” (Williams, 1980). Si pensamos en la caracterización de Cirio: se presenta a sí mismo como perteneciente a una minoría; un pasado como adolescente homosexual y, además, afeminado (Cirio tematiza ésta cuestión en varios videos, además de aclarar que durante mucho tiempo reprimió esa femineidad) proveniente de un sector muy humilde (vivía en las torres de Parque Patricios), dando cuenta permanentemente de una familia disfuncional (un padre ausente, enfermo de cáncer, que termina suicidándose tras años de depresión y alcohol). Además de revelar – “ventilar”, tal y como él lo dice– su vida privada y sexual, presente y pasada a través de sus confesiones, Cirio se erige a sí mismo como un anti todo, una especie de rebelde (para él, parece haber también algo de rebeldía en tener más de 35 años y hacer el tipo de contenidos que hace, aunque en varias ocasiones se ha sentido en la necesidad de aclarar que “se hace el pendejo” pero que es más grande que la mayoría de sus colegas) que se jacta permanentemente de ser políticamente incorrecto (o se jactaba hasta recibir algunos patrocinios que lo obligaron a suavizar determinados comentarios, cosa que él mismo admite en algunos videos a partir del 2020, especialmente en relación con el consumo de drogas). Siempre se refirió abiertamente a la televisión como un medio antiguo que ya no le interesa a nadie, proclamándose en ese acto como la nueva hegemonía cuando propone que, actualmente, YouTube ocupa el lugar de trascendencia que para otras generaciones tenía la televisión. En su propio apogeo, también se ocupaba de dejar muy en claro que él ayudaba a impulsar a otros *youtubers* con menos seguidores, confirmando aquello que identificamos como la necesidad de una validación y que siempre hay en juego una tensión en términos de poder; en el caso de los nuevos medios, cuantificable en cantidad de seguidores y vistas, comparable a la medición del rating o audiencia en los medios tradicionales. Es decir, que se distinguen dos planos: la historia de vida a la que da visibilidad, que no sigue modelos hegemónicos, y la disputa que plantea en términos de medios.

Algunos párrafos más arriba mencionábamos que los medios hegemónicos necesitan controlar, transformar e incluso incorporar producciones alternativas, lo que nos recuerda los intentos del exitoso productor y presentador de TV, Marcelo Tinelli, que en sus famosos concursos *Bailando por un sueño* y *Cantando por un sueño*, ambos realizados en el marco del programa “ShowMatch”, emitido por Canal 13, intentó incorporar a Cirio a su programa con resultados que no parecen haber funcionado para ninguno. La gracia de Cirio como conductor de su propio canal, parecía no encontrar cauce en el contexto de ese programa de televisión abierta y, ciertamente, no era claro en calidad de qué aparecía en el programa de Tinelli. Sin que se termine de saber si se trataba o no de una ficción, Cirio mantuvo un enfrentamiento con la bailarina y entonces jurado del certamen Laura Fidalgo, y salió en varios programas de TV hablando al respecto, pero sin dejar de mofarse en forma simultánea y a través de sus redes y canal, de lo anticuado del formato televisivo y sus figuras. Sin embargo, la persistencia de sus apariciones nos hace pensar que parecía muy interesado en insertarse o ser convalidado por ese mismo sistema al que repudiaba.

105

Entre los medios tradicionales hay algunos (publicaciones, canales, emisoras) que son hegemónicos y otros que no, pero podría decirse que, en un sentido general, el sistema de medios tradicional es mucho más hegemónico que el digital y todo aquello que circula y es creado para las redes. Lo hegemónico también podría reproducirse en las redes –de hecho lo hace, y ha sido nuestro principal archivo de consulta para la visualización de todo el material producido con relación a la participación de Cirio en la TV–, de modo que deberíamos decir que si bien las redes son un espacio privilegiado de despliegue de lo contrahegemónico, no todo lo que ocurre en YouTube o Instagram es contrahegemónico, y como dijimos, puede convertirse en una nueva hegemonía.¹⁰⁶

El caso mencionado, ejemplifica y demuestra que los medios tradicionales reconocen la buena aceptación de los nuevos formatos e intentan incorporarlos de múltiples formas, ya sea copiando o modificando su propia forma de enunciación a partir de modelos que no les son propios. Así lo afirman también Scolari y Fraticeli:

¹⁰⁵ *Bailando por un sueño* y *Cantando por un sueño* se estrenaron en Argentina en el año 2006, y siguieron emitiéndose hasta 2019 y 2020, respectivamente, aunque en forma interrumpida. Ver:

<https://www.youtube.com/watch?v=rCG13mb6Yzw>

¹⁰⁶ Ciclos como “Caja Negra”, del canal Filo.news (más de un millón de suscriptores al 27 de febrero de 2022), presentan un formato dinámico para consumo digital, pero que no difiere demasiado de cualquier ciclo de entrevistas que pudo haberse visto en televisión en la última década, salvo tal vez, porque no hay una extensión pre determinada, con notas entre los 30 minutos y la hora y media. Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=VBIKECPQ3Wo>. Por el contrario, canales como MTV, emergieron como propuesta de una verdadera ruptura dentro de los parámetros que manejaba la televisión en los años de su surgimiento.

Se podría decir que en el principio del siglo XXI, las “viejas especies mediáticas” (radio, cine, televisión, libros, etc.) deben competir con las nuevas (YouTube, Twitter, Facebook, dispositivos móviles, etc.) y, al mismo tiempo, adaptar y adoptar rasgos de los nuevos entornos interactivos para sobrevivir. (Scolari, 2012, 2013) (Carlos Scolari y Damián Fraticelli, 2016)

Otro caso significativo que da cuenta de ello fue la elección del programa informativo titulado *El noticiero de la gente* (2018, emitido por TELEFE), de incorporar a un reconocido presentador de programas de entretenimiento como cara principal del noticiero (nos referimos a Nicolás Repetto). Vale decir que a través de los últimos años la mayoría de los noticieros fueron cambiando paulatinamente la puesta en escena tradicional de dupla periodística hombre-mujer, fija detrás de un escritorio y enmarcada en un usual plano pecho, por un estilo más desestructurado y la utilización del plano entero e incorporando además una interacción directa con el uso de pantallas dentro de la pantalla, mensajes directos a través de *tweets* y sistemas interactivos para la presentación del pronóstico del tiempo. Se trata de un fenómeno que Scolari denominó *Hipertelevisión*, y que él identifica como la televisión simulando interacciones digitales, pero no una verdadera televisión interactiva, de modo que “la vieja televisión está simulando la gramática de los YouTubers” (Scolari y Fraticelli, 2016). En cuanto a Repetto, si bien no se encontraba en el mejor momento de su carrera luego de varios fracasos televisivos, siempre se posicionó como un personaje moderno, creativo, visionario, desestructurado y “*canchero*” y, seguramente, este era el estilo que se le quería imprimir al nuevo informativo.¹⁰⁷ Esta apuesta por renovar estilísticamente una enunciación tradicional del género, seguramente, se encuentre movilizada por la necesidad de establecer vínculos con una nueva audiencia. En cuanto a los ya mencionados programas de Marcelo Tinelli, además de Cirio, el empresario incluyó formalmente a figuras exitosas de las redes sociales. De hecho, los ganadores de la 13ava. edición (2018) del certamen de danza, fueron los *youtubers* e *influencers* Julián Serrano y Sofía Morandi, que volvieron a participar en 2019. Aquí no nos interesa el resultado en términos de éxito o fracaso de esas intervenciones o colaboraciones (como suelen llamarlas los *youtubers*); sin embargo, en lo que nos respecta, confirman la intención deliberada a través de un pacto de recíproca conveniencia por el cual un medio hegemónico intenta incorporar un personaje que es exitoso en otro entorno (un entorno mucho más joven, para empezar) para captar la atención de su audiencia y posicionarse como innovador o “a la orden” de las nuevas tendencias, mientras que, a su vez, esta figura parece validarse (para su propia audiencia y

¹⁰⁷ Las ideas y el estilo de Repetto están hoy fuertemente cuestionados por movimientos o formaciones emergentes como el feminismo, que produjeron cambios culturales de relevancia con los que él no sintonizó. Ver: <https://www.infobae.com/teleshows/paso-en-la-tv/2018/12/25/nicolas-repetto-se-despidio-de-el-noticiero-de-la-gente-y-se-defendio-de-las-criticas-hace-mas-de-30-anos-que-hago-preguntas-que-incomodan/> [Visto: 1/3/2022]

frente a la del otro) a través de un medio que no es el de su origen, pero cuya autoridad, evidentemente le supone algún tipo de interés y beneficio.

Si bien, al nivel de los sistemas de medios y en un sentido muy general, los tradicionales pueden pensarse como los dominantes mientras que los de base digital son muchas veces espacio para la producción contra hegemónica, para Carlón la televisión se encuentra en una crisis sin retorno, de modo que la cuestión de su hegemonía debería, cuanto menos, ser revisada. Analizando su libro¹⁰⁸ y en relación con YouTube, López señala que Carlón:

...defiende la posición de que, pese a los esfuerzos de broadcastización de YouTube por parte de las industrias mediáticas, no se ha convertido en una extensión de la televisión o del cine, sino en un nuevo medio que desafía su escasez y su restricción de contenidos (...) la comunicación masiva y (...) medios como la televisión no desaparecerán, sino que solamente cierto tipo de prácticas de este sistema está llegando a su fin (Carlón, 2016)

A los fines de nuestra investigación podemos proponer que la hegemonía de las tradiciones e instituciones arraigadas, sostiene en buena medida a los grandes medios de nuestra ciudad, pese a que se vuelvan en muchos sentidos anacrónicos –incluso considerando los intentos por *aggiornar* formatos y anexar contenidos y soportes– frente a una extensa variedad y cantidad de medios, canales y/o proyectos independientes y autogestivos que son concebidos desde un principio en función de una nueva forma de consumo y diseñados para adaptarse y empatizar de forma más flexible y con una oferta mucho más específica acorde a los intereses y necesidades del consumidor. De hecho, este es el argumento de presentación de medios alternativos como Futurock,¹⁰⁹ que enuncian ser: *una voz disruptiva y cuestionadora, en un momento donde los medios dejaron de serlo. Y creemos que Futurock es todo eso porque quienes están frente al micrófono y quienes escuchan somos parte de un mismo movimiento, una misma búsqueda, una misma identidad. Porque, en definitiva, soñamos el mismo mundo: uno más justo e igualitario, menos opresivo, menos careta.*¹¹⁰

En un mismo y breve texto, podemos identificar la intención de separarse de los medios tradicionales y hasta oponerse a ellos, además de estratégicamente posicionarse como un igual respecto del consumidor al que se dirige. Así, entre los productos de nuevos medios, reconocemos esta línea de nuevo periodismo independiente, de corte informativo,

¹⁰⁸ Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube. La Crujía (2016)

¹⁰⁹ Futurock es una radio independiente que se transmite por internet. Su principal sostén económico es la *comunidad* de oyentes. Además editan libros, podcast, discos y cursos y tienen un canal en YouTube con más de 129.000 suscriptores. Ver: <https://es.wikipedia.org/wiki/Futurock> [Vista 25/3/2022]

¹¹⁰ Ver: <https://bonzorockradio.ar/quienes-somos/nico-bonzo/> [Vista 22/5/2022] (Esta descripción se encontraba originalmente en la descripción y presentación del medio, a través de su *website*. Curiosamente fue eliminada y aparece si se la inserta en buscadores específicamente o en algunos *sites* como el referido)

reflexivo, político y social, que se caracteriza por un tipo de enunciación muy informal, que construye cercanía y con bastante humor y que puede incluir también producciones con contenidos relacionados con el esparcimiento e intereses varios. No obstante, el mundo YouTube abarca una extensa gama de contenidos que –seguramente en buena parte de los casos– también fueron abordados anteriormente o en forma simultánea por la TV. Muchos *youtubers* se ubican genéricamente en la esfera del entretenimiento, mientras que otros comparten contenidos educativos o informativos de territorios mucho más específicos, por ejemplo sobre videojuegos, maquillaje, tecnología, moda o libros, señalan Scolari, Fraticelli y Tomasena. Sin embargo, sólo a través de investigaciones futuras podremos confirmar si los *youtubers* están reproduciendo o no la misma trayectoria evolutiva por la que atravesó la televisión abierta, yendo desde un contenido de canales tradicionales (como la ABC, NBC o CBC) a canales temáticos más específicos (MTV, CNN, etc.) (Scolari, Fraticelli y Tomasena, pág. 4).

En el episodio del 22 de mayo de 2021, del *podcast ¿Cómo le explico a mi alien?*,¹¹¹ fueron invitados distintos periodistas y creadores de contenido que hicieron su transición de medios hegemónicos a producciones independientes. Uno de sus conductores, Nico Guthmann, reflexionaba allí:

Hoy estamos en una situación en que esos medios gigantes siguen estando aunque tienen menos repercusión, pero al mismo tiempo existen un montón de medios que uno podría llamar alternativos... aunque ya no sé si son alternativos, porque son los medios primarios de seguimiento de mucha gente y son muchos (...) Los medios antes te hacían circular, te daban difusión y plata, pero en un momento eso dejó de pasar. No todo lo que se hace en tele tiene un público grande y claro, y no es un lugar donde, en general, se pueda experimentar mucho; los formatos son más o menos cuadrados y parecidos, y pareciera que no hay lugar para determinado tipo de cosas (...) Los medios tradicionales apelan a una especie de masividad que ya no existe y en eso no se la pueden jugar demasiado ideológicamente; o se la mega juegan para hablarle a una gran tribuna política. Es un modelo de negocio basado en ser tribunas de opinión muy claras para algún lado de la grieta y reciben inyecciones de gaita para sostenerse.¹¹²

¹¹¹ *¿Cómo le explico a mi alien?* formaba parte de los contenidos de *País de boludos*, lo que comenzó como un especial con emisiones irregulares sobre diferentes temas de actualidad, conducido por @fedesimonetti, y terminó convirtiéndose en un canal independiente homónimo que incluía, además del *podcast* y el programa original, un informativo diario conducido por @ivanaszerman, y un especial en episodios titulado *La historia y su música*. El proyecto se sostuvo siempre gracias a los aportes mensuales o esporádicos de los espectadores pero a fines del año 2021 anunciaron la separación del equipo y, en consecuencia, la desaparición de algunos de los contenidos tal como existían hasta entonces. [Vista: 18/10/21]

¹¹² Disponible en: <https://podtail.com/es/podcast/--como-le-explico-a-mi-alien/nuevos-medios-la-pegamos-en-internet/>

Es importante señalar que, según relata Guthmann, su paso de los medios tradicionales a los alternativos no fue por elección sino como consecuencia de ser despedido del medio en donde trabajaba. Sin embargo, identifica que como creador de contenidos, los medios hegemónicos no le permitían desarrollarse y, hoy, podemos afirmar que, efectivamente, ese material que aún no existía, tenía un público potencial que seguramente tampoco se sentía interpelado por las producciones de televisión.¹¹³ Por su parte, Julia Mengolini de *Futurock*, asegura en el mismo *podcast* que su arraigo con la contrahegemonía se relaciona con militancia y una preocupación por “no quedarse viejos”, además de suponer la construcción de un modelo de negocio diferente, según el cual, asegura:

...tener una audiencia acotada y determinada permite mayor libertad a la hora de pensar el discurso y las ideas, en contra de discursos digitados por el poder económico (...). Se están resquebrajando viejas estructuras y los medios nuevos nos metemos por esas grietas planteando algo muy diferente. Es un campo fértil para explorar y crecer.

En ese sentido, gana relevancia el concepto de comunidad, como conjunto de personas reunidas a partir de sus gustos, intereses o creencias en común, pero además como un factor de absoluta relevancia pues garantiza a través de sus aportes económicos, la continuidad de aquello que se propone. Luciano Banchemo, periodista y conductor de Comunidad Metro 360 en la FM 95.1, también utiliza el término comunidad (en el nombre de su programa y en su discurso) y define la nueva oferta así como su consumo, de la siguiente forma:

Creo que hay tres cosas que estamos viendo y se van a profundizar: atomización de las audiencias; no existe más el público sino “los públicos”, cada vez más de nicho e hiper específico. Van a aparecer cada vez más iniciativas independientes de creación de contenido en todo tipo de formato: *youtube*, *podcast*, *newsletter*, etcétera, y ojalá se profundice el surgimiento de proyectos directamente financiados por su comunidad sin marcas y medios intermediarios.

Alineado con el modelo que identifica Carlón, Pedro Rosemblat (Futurock) argumenta:

Pienso que de acá a 10 o 15 años, ninguno de los medios tradicionales va a desaparecer pero si van a perder representatividad, como lo vienen haciendo. Ya no ocupa el mismo lugar en la sociedad el conductor del noticiero de las 9 de la noche como lo era hace 30 o 40 años, y esa tendencia se va a profundizar; como tampoco es lo mismo hacer videítos para YouTube: cada vez parece un proyecto más serio.

Si pensamos todas estas cuestiones en función del modo particular en que opera la crítica, con características muy diferentes según el medio que las publica, deberíamos primero

¹¹³ Al 23/02/2022, su canal de YouTube contaba con 41600 subscriptores, y tenía 34,1mil seguidores en Instagram

admitir que, tal vez, resulte más útil definirla en términos de prestigio antes que de hegemonía, distinguiéndolas según el alcance potencial de audiencia de unas por sobre otras, según –eso sí– la hegemonía del medio en el que se encuentran.

Como hemos dicho, en general, se percibe desinterés por parte de la comunidad artística local respecto de lo que la crítica pueda aportar o decir acerca de sus obras, algo que en verdad podría describirse como un comportamiento ambiguo, seguramente influenciado por los medios que las contienen y por la empatía con la ideología política que defiende el diario o el canal que publica y que puede incidir directa o indirectamente en la recepción del artículo. Si bien es un asunto en el que no profundizaremos, es preciso reconocer que existe una suerte de estereotipación ideológica por la cual los artistas en general, y en particular los del circuito de producción independiente, tienden a identificarse con el pensamiento político que en Argentina se denominaría de centro-izquierda, con predilección por gobiernos progresistas o populares y en general, con todo movimiento que se autoproclame en favor de valores relacionados con derechos humanos (reivindicación del “nunca más” y el “ni una menos”, despenalización del aborto, cupo laboral trans y leyes de género, defensa del medio ambiente, recursos ambientales, minorías y todo sector vulnerable, poniéndose siempre en contra de los intereses de las grandes corporaciones). De modo que la aparición de una nota escrita por un crítico de prestigio (podemos decir: un artículo que, por lo demás, en realidad se desea) pero que pertenece a un medio cuya ideología se percibe como opuesta a la propia, podría resultar controversial en determinados círculos de pertenencia.¹¹⁴

Esto rara vez sucede con medios independientes, alternativos o contrahegémicos o, al menos, no ocurre con los que son especializados en artes escénicas, aun en el caso de los que reciben pauta oficial. Pero no creemos que se deba tanto a la politización que naturalmente atraviesa a cada uno de los grandes diarios y que, muchas veces, puede ser eludida en las publicaciones especializadas en tanto centran su contenido en el arte (y no estamos diciendo con esto que el arte pueda eludir su condición política), como al hecho de pensar lo que es políticamente hegemónico como adverso al arte (la Ciudad de Buenos Aires es gobernada desde el 2007 por un partido de derecha, que es duramente criticado

¹¹⁴ El 14 de agosto de 2020, Laura Falcoff publicó en la edición digital de Clarín un artículo acerca de una residencia creativa integrada por artistas latinoamericanos, que en general, centran su producción creativa en el arte como motor de transformación social. Sin embargo, entre los comentarios de la publicación en la página de Facebook del diario, podía leerse: “Clarín cumpliendo con lobbys LGTB, de género y demás insignificantes minorías, por orden de papá Soros” o “Todo un curro para llenarle los bolsillos a unos pocos”. Podemos decir que, incluso cuando se da lugar a las minorías, el hecho de aparecer en un medio hegemónico hace que sea leído, al menos por ciertos lectores, en términos de un producto inscripto en lo dominante. Ver: <https://www.facebook.com/page/156057357762712/search/?q=balao> [Vista: 1/12/2021]

por gran parte de la comunidad artística porteña) y lo contrahegémico (en este caso un medio de comunicación independiente) como algo más afín. No obstante, la fuerza de la tradición hace sentir su peso; así, parece seguir brindando mayor prestigio haber obtenido un artículo en La Nación que uno en la revista especializada Llegás, independientemente de las convicciones políticas; de modo que todo lo que existe de vanguardista en el artista, entendido como acción y en contra de un sistema hegemónico de producción económica, simbólica y estética, entra en el juego de lo hegemónico a la hora de comercializar su obra, o bien, su persona.

Los conceptos de hegemonía y postura política, tal como los hemos presentado, vuelven a recordarnos en mucho a la noción de canon propuesta por Berman y, tal como hemos comentado, la construcción del canon podría pensarse no sólo en función del arte sino también en relación con los medios y su posibilidad de definirse como centrales o periféricos. Probablemente, el artista no se pregunte al momento de crear, en qué posición se sitúa —él mismo o su obra— frente al canon, pero desde el momento en que pone en circulación su creación, entra en un constante conflicto respecto del reconocimiento por su trabajo y el lugar en que será situado respecto de sus pares (no lo decimos en un sentido de competencia, sino de la preocupación por que sus obras sean vistas y, en definitiva, del lugar que ocuparán en el mercado). Del mismo modo, los críticos también necesitan para distinguirse que los medios “importantes” sean pocos, de modo que haya un valor y una distinción en ese *ser elegido* de entre una incontable cantidad de medios y críticos que pasarían a ser menos relevantes. Esto podría compararse con el concepto de “agenda” que desarrolla Cingolani, y que relaciona con un sistema de jerarquización que explica de la siguiente manera:

Se trata de una organización binaria, que trabaja con un esquema de dos valores: publicado/no-publicado, es decir, segrega lo que "entra" en la agenda de lo que no (Cingolani, 2010, pág. 4)

Por otra parte y en un sentido amplio, la idea de hegemonía funciona precisamente porque su condición es siempre posible de ser revertida (de modo que lo que hoy es hegemónico también ha llegado a constituirse históricamente como tal), a fin de cuentas, queda agrupado lo hegemónico con lo masivo: aquello que está dado porque es aceptado por una mayoría que lo tiene incorporado entre sus hábitos y creencias, y que no se cuestiona seriamente la vigencia de los mismos. De modo que una crítica entendida como emergente, desde un lugar de independencia, puede ser efectivamente reconocida, por ejemplo, por una comunidad de pares o lectores con un saber muy especializado, si es que efectivamente se construye con argumentación, creatividad, capacidad de observación, autocrítica, reflexión, honestidad y cierto grado de conocimiento del medio y de la materia que se observa; pero estos factores no le valdrán en ámbitos de menor

conocimiento donde priman los agentes validantes tradicionales. En todo caso, deberá construirse sobre nuevas bases que sean capaces de compensar aquello que emerja como debilidad en los diferentes ámbitos en los que pretenda tener llegada.

5. Hacia un proyecto de crítica digital sobre danza

A partir de todos los factores sobre los que hemos estado indagando, recopilando, analizando y estableciendo relaciones, y también de aquello que hemos identificado como una zona de vacancia en el marco del abordaje de la producción escénica de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con foco particular en la danza, nos proponemos pensar y diseñar las características según las cuales debería operar un objeto crítico capaz de ocupar ese espacio vacío que existe en torno a la reflexión acerca de la danza por fuera de los espacios académicos. Dicho objeto debería revisar las características propias y generales de las producciones escénicas pero, también, atender al modo de establecer contacto y de ofrecerse como disponible de acuerdo con las formas de consumo que se presentan como las más habituales. Por ello, debería lograr constituirse como un agente capaz de interesar a los artistas, a los consumidores de arte e, incluso, al mercado en potencia que aún no asume como propio un gusto particular por la danza; es decir, que pueda renovar en algunos casos y sembrar en otros una nueva curiosidad. Plataformas como YouTube o Instagram, no solo contienen, sino que también han permitido que se desarrolle todo tipo de contenidos ofreciéndose de manera muy accesible a un extenso abanico de consumidores (por su facilidad para acceder y compartir, además de su gratuidad, entre otras cuestiones fundamentales). Sin dudas, se presentan como un espacio de privilegio para formular y explotar también la reflexión acerca de las diversas producciones de danza. Para indagar en esta posibilidad revisaremos algunas cuestiones generales y algunos ejemplos particulares que constituyen una suerte de modelo y referente para aquello que hemos comenzado a plantear como un formato posible para pensar y difundir la danza.

5.1. Generalidades respecto de los *tubers*

Ya hemos hecho mención del caso del *Youtuber* Nico Guthmann, que da cuenta de las posibilidades de crear una demanda que era insospechada antes de publicar la oferta: podría decirse que su proyecto surgió de la circunstancia de haber sido despedido de su trabajo más que de la idea de proponer algo identificado como una demanda no cubierta.¹¹⁵ Otro aún más extremo es el fenómeno Paulina Cocina. En febrero de 2022, la popular *cooktuber* contaba con más de 2.800.000 seguidores en Instagram y 3.350.000 suscriptores en su canal de YouTube, donde presentaba su contenido de la siguiente manera:

Paulina Cocina es mi canal de YouTube. Aquí preparo recetas fáciles, postres rápidos y comidas que te sacarán de apuro más de una vez. YouTube es, además, el sitio en el que definitivamente doy rienda suelta a mi boluda interior. Ya verán que la tengo muy a flor de piel.¹¹⁶

Paulina (Paulina es el que elige para su personaje mediático, su nombre verdadero es Carolina Puga, el cual mantuvo en secreto durante años) no sólo no se dirige especialmente a cocineros, personas que se dedican a cocinar o amantes de la cocina (ella dice de sí misma no ser cocinera) sino que tampoco apunta a un consumidor que tuviera – en principio– algún interés particular en el arte culinario; sin embargo, a través de su contenido fue capaz de crear un nuevo interés en un campo donde, en realidad, no parecía en principio haber un espacio de vacancia (podríamos decir que, en materia de contenidos audiovisuales de cocina, hay mucho desde hace mucho tiempo). Desconocemos el uso que hacen del canal sus suscriptores; si consumen cada nuevo episodio, si lo hacen en función de probar la última receta presentada o por el solo placer de verlo, o si incorporan su nombre al buscador sólo cuando necesitan cocinar algún plato en particular (por ejemplo: Paulina Cocina + budín de banana) pero podemos suponer que buena parte de estas personas, lo que ha elegido por sobre todo es el contenido “Paulina Cocina”, y por extensión a Paulina, sin tener necesariamente antecedentes de consumo de programas de este tópico que, emitidos por canales de aire en TV (con una extensa cantidad de ejemplos desde el legendario “Buenas tardes, mucho gusto” (1960-1982) donde aparecía la pionera Doña Petrona Carrizo de Gandulfo) o en canales especializados

¹¹⁵ De hecho, su canal de YouTube ha ido modificando la temática de los contenidos. Originalmente publicaba videos sobre curiosidades de la vida en otros países, luego comenzó a hacer una serie de “especiales” para *País de boludos* bajo el título de *Pero entonces...?* Con un corte informal de periodismo de investigación. Actualmente su canal ofrece también acceso a un podcast titulado *220podcast*, que puede verse por *YouTube* o escucharse por *Spotify*, en el cual continúa con el análisis de diferentes noticias del panorama mundial, siempre con un estilo informal y divertido. Ver: <https://www.youtube.com/c/NicoGuthmann> [Vista: 17/3/2022]

¹¹⁶ Ver: <https://www.youtube.com/c/PaulinaCocinaNetBlog/about>

como Utilísima, datan de gran tradición mucho antes del surgimiento de YouTube. Si todos ofrecen recetas, lo que los distingue es la propuesta enunciativa que en uno y otro caso es totalmente otra. Los *cooktubers* –al igual que los *booktubers*– crearon su propio mercado, sólo que sería justo admitir que, en esta área específica, la televisión fue pionera (al menos en Argentina), en cuanto al desarrollo de un formato que después continuó desplegándose con características propias en *YouTube*, apostando por cocineros extrovertidos que transformaron su persona en personaje y haciendo de su estilo de vida y carácter (o bien, de su modo enunciativo) una marca distintiva de sus emisiones. Un claro ejemplo es la conocida Maru Botana, quien desarrolló su carrera en televisión y como empresaria gastronómica y que ya por el año 1997 cocinaba en *rollers* en su programa *Todo dulce*, emitido por Utilísima Satelital:

Botana comenzó a hacerse famosa por "andar en patines" por el estudio y nunca terminar de decir las recetas que cocinaba ya que siempre se ponía a contar anécdotas y reírse, al punto en que su programa era más popular por su comicidad que por la cocina¹¹⁷

Como dato adicional, tiene más de 1,5 millones de seguidores¹¹⁸ en su cuenta de Instagram lo que, considerando el comentario que la describe, nos permite sospechar que (más incluso que en Paulina) no se trata necesariamente de fanáticos de la cocina sino de amantes del personaje Maru Botana, su historia y los valores familiares que ella representa para determinado *target* de consumo televisivo.¹¹⁹ Podría decirse que en su Instagram construye no sólo a amantes de la cocina sino, sobre todo, a un enunciatario que sigue su vida y que comulga con sus valores familiares, de modo que en ese 1,5M de seguidores seguramente se mezclan amantes de la cocina con amantes del personaje.

Si traemos estos ejemplos, es porque sospechamos que, en principio, la crítica de espectáculos de danza no parece tener un mercado de consumo masivo, y sin embargo, está visto que no es necesario contar con una demanda explícita, voluminosa y consolidada como excusa para la creación de una oferta que resulte exitosa, y para señalar que, en todo los casos –incluso el del programa televisivo– lo que destaca es la singularidad del personaje antes que la poca o mucha variedad de propuestas temáticas que se le parezcan o la demanda de un público con especial interés en el contenido. Pensado desde la perspectiva temática podríamos decir que, en rigor, nunca es necesario un nuevo *youtuber*, *cooktuber* o *booktuber* (del mismo modo en que no hay nada en esta vida que sea estrictamente indispensable más allá de las necesidades vitales básicas). En

¹¹⁷ https://es.wikipedia.org/wiki/Maru_Botana [Vista: 6/3/2022]

¹¹⁸ [Vista: 5/2/2022]

¹¹⁹ Maru Botana tiene siete hijos y es normal encontrar memes en las redes bromeando al respecto. Además, en 2008 tuvo un octavo hijo que falleció de muerte súbita, asunto que recibió gran notabilidad en los medios y entre sus seguidores, provocando una gran empatía para con la cocinera.

todo caso, la identificación de un espacio de vacancia habla de la correspondencia con determinados intereses que no están siendo cubiertos y que podrían resultar útiles y valiosos para alguien. En cierta forma, la aparición y el éxito de un nuevo *youtuber*, incluso si viene a ofrecer una diferencia respecto de lo que hacen sus colegas, dependerá de que la singularidad con la que se propone a sí mismo “prenda” en cierta audiencia. Desde luego, lo que nos interesa es pensar cómo transferir estas experiencias a la danza, más allá de la pregunta por un potencial consumidor de un producto equivalente pero especializado en nuestro tema, y considerando que, en un principio, no es esperable un consumo masivo como el que despiertan las profesionales de la *screenfood*. Esto se explica por muchas razones, en primer lugar, debido a la restricción geográfica: mientras un plato puede prepararse en cualquier lugar del mundo (incluso sería posible acceder desde cualquier parte a un libro presentado por un *BookTuber*), la oferta de espectáculos en vivo acerca de los que se podría hablar se reduce siempre a su posibilidad de estar en un único sitio a cada momento. Por lo demás, es un hecho que la danza no interesa ni puede interesar masivamente como la comida, pero creemos que, si bien es de esperar que los propios artífices del universo de la danza sean los primeros y principales consumidores del producto que imaginamos, su contenido podría apuntar también a un espectador interesado en arte en un sentido más amplio, tanto como a uno vinculado únicamente con el consumo en términos de ocio y, del mismo modo en que nos referíamos a la posibilidad de seguir a una *cooktuber* pero no cocinar sus recetas, también deberíamos considerar que no es condición *sine qua non* la relación entre el consumo de crítica y el de los espectáculos abordados.

En un sentido inverso, la venta de entradas de espectáculos de teatro y danza tampoco es un indicador confiable del potencial consumo de sus críticas; sin embargo, sostenemos que habiendo un interés y una curiosidad en un objeto que les es común, naturalmente esos espectadores constituyen un grupo potencial de suscriptores.

Por otra parte, hay un sector de nuestra sociedad encabezado por los propios artistas, que demanda abiertamente una crítica especializada en danza y espera que esta sea capaz de dar cuenta tanto de sus procesos como de visibilizar sus producciones; estos artistas constituyen en sí una porción importante del público de otras producciones, de modo que, tal y como hemos señalado, esto probablemente los convertiría en los primeros suscriptores y, en cierta forma, relativiza el discurso de que “no hay necesidad de ello”. Además, todos los actores de la cultura (tanto en el ámbito local como en el internacional) dan cuenta de una necesidad imperiosa de crear nuevos públicos, para lo que es fundamental poner en acción un agente que sea capaz de complementar los mecanismos e instituciones existentes, socializando de forma amigable y lúdica pero certera la información que hace a ese universo, que se percibe tan familiar para algunos pero tan

lejano para otros. En cuanto a la especificidad de la problemática local, consideramos que es indispensable restituir un cierto equilibrio dentro de aquello que se construye masivamente como el “panorama de la danza de Buenos Aires”. Actualmente esta construcción solo da cuenta de una pequeña porción de la gran oferta existente, puesto que da prioridad a los espectáculos del circuito oficial y/o el comercial, lo que constituye solo una parte de la extensa oferta de espectáculos en plaza. Esta construcción debería incorporar las producciones del circuito independiente, de las cuales, una buena parte puede encontrarse en la cartelera digital de la *web* alternativateatral.com.

Así pues, del mismo modo que *cooktubers* y *booktubers* construyeron su público, la crítica en artes escénicas debería ser capaz de elaborar uno propio; trascendiendo cualquier supuesto generalizador, podríamos apostar por el hecho de que una propuesta específica sea capaz de seducir por sí misma más allá del género en que se la encuadre. Siguiendo con la idea del “enganche con el personaje”, no hay nada que nos indique ni sugiera que los seguidores de Paulina Cocina o Maru Botana, sigan también a otros *cooktubers*. Proponemos entonces crear un objeto concreto que funcione como vehículo para la crítica de artes escénicas, con especial foco en la danza, actualizado a –y por lo tanto que aproveche– los hábitos de consumo de contenidos de redes sociales, entendiendo a estos como la dinámica que rige la circulación de información actual y, por lo tanto, garantizando su utilidad a los fines que se propone.

Entre los factores que hemos relevado a lo largo de estas páginas, deseamos reseñar aquellos que consideraremos especialmente para el diseño de nuestro producto:

- Es muy probable que incluso entre los consumidores de arte, muchos no concreten una búsqueda de las publicaciones acerca de su potencial objeto de interés, si esto implica un rastreo
- La mayoría de los lectores no completan la lectura de la totalidad de la extensión que supone un artículo de reflexión
- La mayoría de las personas no dedica el 100% de su atención cuando hace algún tipo de consumo audiovisual o, al menos, no lo hace por un período extenso
- Los hábitos de lectura y/o consumo audiovisual se van decantando cada vez más, en pos de dispositivos digitales portátiles, con los *smartphones* a la cabeza

Antes de comenzar a pensar aquellas características que deberían ser tenidas en cuenta a la hora de diseñar un producto capaz de insertarse en el mercado en que se mueve la danza porteña y las críticas que la acompañan, haremos un breve relevamiento de propuestas que, con diferentes resultados, guardan una relación temática con nuestro objeto de estudio.

5.2. Ejemplos encontrados de propuestas con temáticas similares

En este apartado se presentan algunos ejemplos que se han encontrado y que operan con un formato audiovisual o mixto, es decir, que mediante una o varias plataformas, incluyen y/o redireccionan a contenidos que pueden ser audiovisuales, únicamente sonoros o escritos. Es importante aclarar que en los dos primeros casos, podría decirse que las propuestas utilizan Instagram como plataforma principal, ya que les permite nuclear los diferentes contenidos que desarrollan como multiplataforma para sus diferentes textos, (audiovisuales o escritos), mientras que en los dos últimos ejemplos, el soporte principal es YouTube, incluso cuando cuentan con redes sociales. Más adelante dedicaremos un espacio para desarrollar las singularidades y los funcionamientos de cada una de estas plataformas, pero podemos adelantar aquí que, Instagram es una red social a la que se entra regularmente y cuya lógica de contactos es la de seguir a otras cuentas que pueden, a su vez, seguir o no a otros usuarios en forma recíproca. En cambio, a YouTube se llega habitualmente con la intención de buscar un cierto contenido (aunque las notificaciones de aquellas cuentas a las que se sigue avisan cuando se ha publicado algo nuevo, mediante la activación de un sistema de alertas que tiene por ícono una campana).

@chapeuargentina¹²⁰

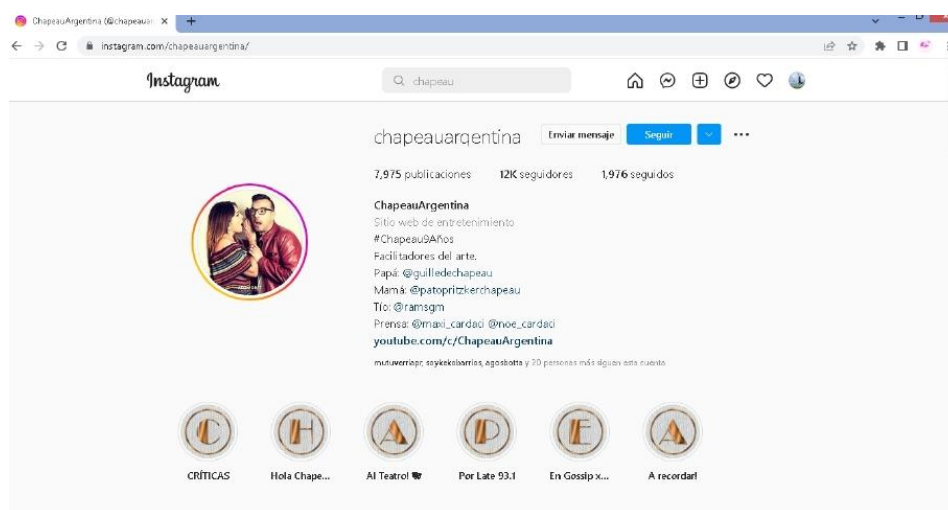


Figura 5.1. Encabezado de La cuenta de Instagram de Chapeau Argentina (instagram.com/chepeauargentina, consulta: 27/7/2022).

Es un perfil de Instagram que se presenta como “facilitadores del arte”. Al 27 de julio de 2022, cuenta con 12000 seguidores y 7975 publicaciones. El perfil está a cargo de

¹²⁰ [Vista 27/7/2022]

@guilledechapeau y @patopritkerchapeau, a quienes se presenta como “Papá y mamá” (del sitio). En el cuerpo o *feed* del perfil, publican fotos o breves *reels* que funcionan como difusión, estos últimos pueden incluir alguna imagen del espectáculo, del saludo de los actores al final del mismo, o del ingreso del cronista al teatro. Al pie de la imagen suelen incluir gacetillas de prensa o información general de la obra. El contenido es muy variado: desde conciertos, hasta películas (nacionales y extranjeras), e incluso comentarios más generales relacionados con el amplio mundo del espectáculo,¹²¹ audiciones y series de diversas plataformas, además de las obras que abordan en forma particular como objeto de difusión. En cuanto a estas últimas, suelen ser producciones comerciales.

Tienen una sección llamada “Los vivos de Chapeau”, donde presentan emisiones en vivo sobre teatro, temas actuales y primicias, que consisten en entrevistas con artistas de los distintos espectáculos locales. Estos vivos o *lives*, quedan luego publicados como parte del *feed* del perfil. Si bien hay varias coberturas sobre comedia musical, no encontramos nada específico de danza.

Todos los *reels* promocionales están, además agrupados en el espacio de historias destacadas bajo el nombre de “Al teatro!”, seguidos por una sección que denominan “Críticas”. Las primeras de estas publicaciones son sobre todo de cine y para acceder hay que dirigirse a un enlace que lleva a otras breves notas escritas. Avanzando un poco aparecen los primeros posteos de teatro que, nuevamente, enlazan a otra dirección con un video. Tomamos como ejemplo el de la obra “Tacán Gastado”, que se representó en el teatro El Galpón de Guevara. El video dura 3 minutos y en él se puede ver a los “padres del canal” hablando directamente a cámara, entre risas y chistes (por ejemplo, acerca de su propio pelo: ella teñida de violeta y él de fucsia, suponemos que haciendo referencia a algo que sucede en la obra en cuestión, posiblemente se trate de un chiste que podrán entender aquellos que vieron el espectáculo). El video comienza con una síntesis argumental de la obra, la enunciación de los créditos artísticos y artístico-técnicos, una adulación del vestuario (no hay un análisis o reflexión acerca de su funcionalidad, los detalles de realización o el modo en que éste incide en la puesta, sino simplemente comentarios halagadores) y algunas referencias cruzadas que tienen que ver con otros espectáculos de café concert históricos de Buenos Aires, pues –inferimos por contexto– la obra parece adoptar este formato. El video es dinámico, informal y hecho con humor, pero no contiene más que descripción (y en ciertos aspectos incompleta, pues, como se desprende de lo que hemos reseñado, es mucho lo que debemos suponer), “buena onda”

¹²¹ Por ejemplo: en el *feed* del 4 de marzo de 2022 publican: “Hace un mes #brittneyjohnson se convirtió en la primera actriz afroamericana en ponerse en la piel de #Glinda en @wicked_musical en Broadway! Un papel originalmente interpretado por actrices caucásicas el cual tiene una nueva Queen que pondrá de pie a toda la audiencia noche a noche con su enorme talento.

y un “las amamos a todes” como despedida, que da cuenta de su admiración hacia los artistas y su trabajo, pero que no termina de componer una crítica en el sentido que nos interesa desarrollar. Por último, durante todo el *reel*, permanecen en pantalla los logos de Instagram, Facebook y YouTube, como enlace o anuncio de las otras plataformas donde el mismo video puede ser visto.

Unas historias más adelante hay un enlace a otro espectáculo del circuito de producción alternativa: “Una obra para mí” en el Espacio Callejón. Esta vez, el enlace es a un posteo escrito en el mismo perfil, que parece más una gacetilla de prensa sumada a un comentario personal que expresa: “Como espectadora, salí conmovida, con ganas de abrazarlos y de agradecerle a Sebastián Suñé que haya desnudado un pedacito de su alma”. Nuevamente, no hay crítica sino gacetilla más opinión afectiva.

Aún bajo la denominación de Crítica, llegamos a “La desgracia” cuyo enlace nos lleva al fragmento de una participación de @guilledechapeau en un programa de la crítica Laura Ubfal. Nuevamente encontramos el listado del equipo artístico-técnico y una exaltación, en este caso, de la actriz Lula Rosenthal: “la grosa, la genia (...) impecable porque se lleva la obra, la gente delira y, la verdad, que tiene mucho laburo; una chica muy talentosa que la viene remando hace un montón”. Finalmente recomienda: “tienen que ir, es im-pre-scin-di-ble”.

Entre las historias destacadas hay otro espacio llamado “Hola Chapeau”, donde básicamente publican fotos y videos sociales de los conductores en diferentes estrenos o con artistas famosos.

Otro apartado llamado “Por late 93.1”, incluye enlaces a notas y comentarios emitidos por ellos mismos en radio, y otro llamado “En Gossip”, que contiene todos los enlaces al programa Gossip de Laura Ubfal y, como su nombre en inglés lo indica, incluye más que nada “chimentos” del mundo del espectáculo, primicias e información general. El último apartado se titula “A recordar”, tiene sólo 3 entradas y su contenido es inespecífico.

Independientemente de todos los contenidos de este perfil, nos interesa cómo han desarrollado los comentarios audiovisuales para tomar como referencia para nuestro proyecto. Hay algo que funciona en la dinámica de los videos porque son muy cortos, informales, y contienen la información básica para comunicar los aspectos que ellos destacan como más sobresalientes respecto del espectáculo. Algunos de estos que podríamos llamar *clips*, incluyen enlaces a videos más extensos en YouTube, pero en este caso, nuevamente, se extienden en cuestiones personales, agradecimientos (por ejemplo a los agentes de prensa) y anécdotas personales de su experiencia en la función (con quién se encontraron, si el novio de uno de los conductores aplaudió como nunca, el gran

abrazo que se dieron con tal o cual actriz en el camarín, o bien, afirmaciones personales que en realidad, no se justifican).¹²² Lo cierto es que, en relación con los videos cortos de Instagram, el espectador debe estar muy familiarizado con ellos y su humor para entrar en sintonía, de lo contrario, parecen dos desconocidos riéndose entre sí. Ciertamente, incluso en el apartado que se anuncia como crítica, no hay crítica: todo lo que se dice respecto de los espectáculos termina constituyendo información técnica u opinión personal sin argumentación, es decir, una recomendación por el puro gusto personal o afectivo. En todo caso el proyecto en su totalidad es una especie de “noticias del espectáculo” que funciona a través de diferentes redes y plataformas, con un contenido ágil y frecuente, que, sumado a la simpatía que puedan generar los conductores, parecen ser sus puntos fuertes. La participación simultánea de los directores del canal, ya sea en radio o como columnistas en un programa de TV de Laura Ubfal, suponen una suerte de validación de los conductores, no tanto porque sean conocidos (en este caso el canal es más reconocido que sus conductores en forma individual) sino justamente por su presencia en estos medios.

@farsamag¹²³

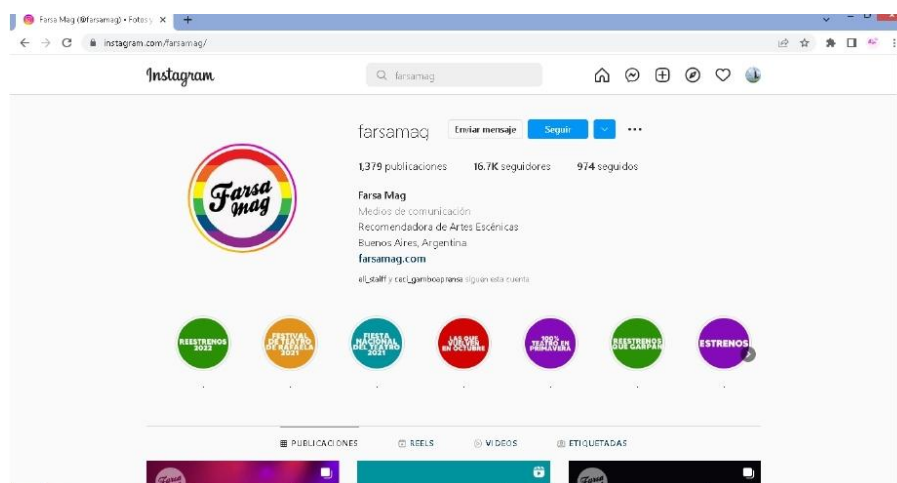


Figura 5.2. Encabezado de La cuenta de Instagram de Farsa Mag (instagram.com/farsamag, consulta: 27/7/2022).

Con más de 16700 seguidores en Instagram y apenas 1379 publicaciones, el perfil que se presenta como “Medios de comunicación, Recomendadora de Artes Escénicas en Buenos Aires Argentina”, está mucho mejor organizado en cuanto a cómo encontrar la información y las distintas secciones. Por ejemplo, las historias destacadas están

¹²² Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=JWCjoQ1TzO8&feature=youtu.be> [Vista 1/10/22]

¹²³ [Vista:27/7/2022]

categorizadas bajo etiquetas muy claras como: “Reestrenos 2022”, “Festival de Rafaela 2021”, “Fiesta Nacional del Teatro 2021”, “Las que vuelven en octubre”, etc. (ver figura 5.2.). Esto es reconocible también en cuanto a la organización visual de los posteos, que conforman un damero en el que se alternan imágenes de obras con placas de colores que anuncian diferentes cuestiones como “Más reestrenos recomendados”. (ver figura 5.3.)

No existe una sección de crítica como tal, sin embargo el desarrollo de los artículos suele ser crítico, construyendo una enunciación liviana e informal (utiliza expresiones como: “el lenguaje coreográfico, a cargo de **Josefina Gorostiza**, que deja reconocer su originalidad al toque”).¹²⁴ Algunas publicaciones son acompañadas por varias fotos que parecen ser provistas por los equipos de prensa de las diferentes producciones y no de producción propia de @farsamag, y están seguidas por comentarios escritos, muy breves, pero cuyo contenido funciona como crítica y reflexión (por contraste, es muy interesante ver el abordaje realizado sobre “Una obra para mí” que también había sido publicada por @chapeauargentina; aquí hay cierto componente afectivo, que en parte se relaciona con la propuesta liminal entre ficción y realidad que propone la pieza,¹²⁵ pero sobre todo hay análisis de esa estructura.

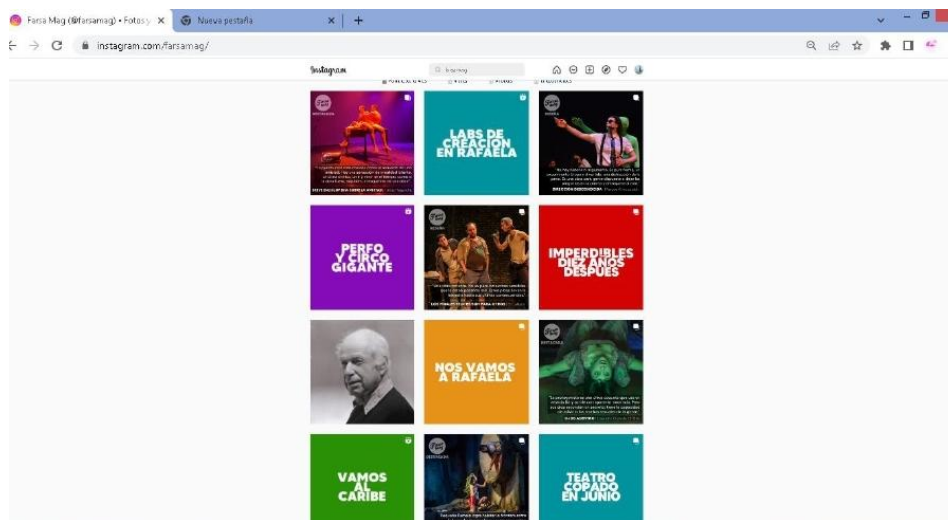


Figura 5.3. Cuenta de Instagram de Farsa Mag (instagram.com/farsamag, consulta: 27/7/2022).

¹²⁴La cita es un fragmento de la crítica de la obra “Los gansos”, de Guido Losantos Ver: <https://farsamag.com/obras/gansos/> [vista 27/7/2022]

¹²⁵ Se trata de una obra autobiográfica. El autor explica en el perfil de la obra en Alternativateatral.com, que esta surge de una convocatoria para escribir un biodrama. De modo que el autor y dramaturgo es a su vez el actor en escena que interpreta a un autor y dramaturgo. Ver: <https://www.alternivateatral.com/obra75809-una-obra-para-mi> [vista: 1/10/2022]

En general, aquí tampoco hallamos un espacio exclusivo para la danza, ni un relevamiento de este lenguaje en ninguno de sus circuitos de producción; sin embargo, en cuanto a teatro refiere, hay una priorización de la producción independiente.

Hay una sección llamada #notifarsa que consiste en videoentrevistas. Se presenta de forma muy natural, espontánea; la periodista (@vickycasaurang) parece ser más joven que “los padres” de @chapeaurgentina, y se presenta en su propio perfil como de “paseos y data cultural” y utiliza la plataforma linktree para facilitar los enlaces que son ubicados en @farsamag, además de notas para un canal llamado “Oncine”, donde realiza entrevistas acerca del mundo del cine, en un formato que reconocemos de la televisión: una notera que interpela a los protagonistas (actores o directores) con micrófono en mano, en algún lugar determinado en el que se encuentran. Hay un enlace a Radio Nacional, pero sin dejar en claro cuál es su rol en el enlace del programa consignado. Hay otro enlace a un programa que se llama “Audiciones” y que se presenta como plataforma musical, en el que se invitaba a la gente a cantar. El mismo parece haber sido creado durante la pandemia y aunque cuenta con 8466 seguidores, su último posteo es del 29 de abril de 2021 (Visto: 27/7/2022). Otro vínculo nos lleva al canal de la Ciudad, en el que Casaurang conduce un programa semanal llamado “Disfrutemos BA”. Y por el mismo canal, otro ciclo de entrevistas llamado “Folklore en casa”.

En este caso, también podemos afirmar que hay una validación a través de las múltiples actividades de la conductora en relación con el abordaje de la actividad cultural de la ciudad. Ninguno de ellos es hegemónico (pensándolo principalmente desde su masividad), pero denotan cierto prestigio y seriedad a través de su calidad (técnica) y del reconocimiento que pueden suponer las producciones de canales oficiales.

@Crítica en Función¹²⁶

Si bien no es porteña (es una producción que puede verse a través de YouTube por Acequia.tv, un canal de la Provincia de Mendoza) podría parecerse al proyecto que proponemos en cuanto a la implementación del formato audiovisual y la plataforma en la que circula, aunque no en lo que respecta a su contenido y ejecución. Tienen perfil en Instagram, en Facebook y un canal de YouTube. En su descripción en la Web postulan; “Un repaso de la actualidad teatral de la provincia, estrenos en cartelera, recomendación de libros y entrevistas. Conducido por Silvia Lauriente. Formato: periodístico”.¹²⁷ Hay una presentadora que hace crítica de obras en forma audiovisual y complementa contenidos con redes sociales. Las que publica en el canal de YouTube, son mayormente de teatro, aunque también hay –al menos– alguna de danza (Anagnórisis, de Luisa Ginevro y Sol

¹²⁶ [Vista: 18/11/2021]

¹²⁷ <https://www.acequia.tv/acequia-on-demand/>

Gorostiarrazú, 28 de enero de 2019). La conductora, Silvia Lauriente (que se define como periodista especializada en teatro, entrevistas y libros) habla directamente a cámara, tal vez un poco acartonada, intercalando con imágenes de la obra. Sus videos duran en promedio 4 minutos, de los cuales, el último lo dedican a un libro que la conductora relaciona con la obra en cuestión, respondiendo a lo que en cada video llama “bonus track”. En cuanto a la crítica en sí misma, en un principio parece estar fundada en la gacetilla de prensa, pero si en su desarrollo se vuelve más poética, su mayor inconveniente es que el contenido expresado parece la lectura de un texto, es decir, no pensado para la oralidad, sino escrito y memorizado. Incluso si no fuera así, se evidencia una cierta limitación de la conductora para traspasar empáticamente la pantalla y dirigirse a su público directamente; su texto estudiado o pre-establecido impone una distancia que es todo lo contrario a lo que cualquier *youtuber* ha aprendido a hacer. Por eso decimos – en términos de Cingolani– que se trata de un producto que conserva y trasluce desde el punto de vista lingüístico-enunciativo rasgos de la crítica como producto de la escritura, o bien, su forma oral primigenia. (*Fried 2000 en Cingolani, 2010, pág. 3*). Por otra parte, guarda semejanzas también con un estilo televisivo tradicional, tal vez un poco pasado de moda, arrastrando doblemente la idea de adaptación en vez de lograr pensarse como una nueva forma enunciativa que responde al emplazamiento en que se encuentra. Justamente, la sensación es la de un producto emplazado en un dispositivo que no le corresponde, o bien, que se percibe extraño en cuanto al resto de las emisiones *tubers* donde ya hay una historia y un tipo de construcción enunciativa dominante.¹²⁸ Retomando algunos conceptos de Fraticelli, Tomasena y Scolari, si bien hay una mirada a cámara constante, desaparece esta noción de interpelar directamente a un espectador y se convierte en una especie de alocución generalizada. Podríamos decir que es un buen ejemplo de aquello que Cappa sostenía en 2010:

Como en cada momento de irrupción de los medios masivos, los primeros discursos recuperan modelos de textos preexistentes o son, incluso, dadas las posibilidades del nuevo dispositivo, versiones de esos textos (aquí cabe señalar el caso de los diarios digitales o diarios on-line, como modo paradigmático de evolución de una oferta discursiva en Internet) (Cappa, 2010).

Si bien resulta extraño pensar hoy YouTube en términos de irrupción, dado que es una plataforma ya consolidada en cuanto a los discursos que es capaz de albergar, evidentemente, para muchos sectores sigue constituyendo una novedad (no tanto porque se lo considere algo nuevo sino porque no se lo ha incorporado entre los hábitos

¹²⁸ También es posible pensar que el producto se emita originalmente por AcequiaTv y luego se reproduzca en su canal de YouTube, es decir, que está diseñado para un formato televisivo (digital) aunque se contemple su circulación en YouTube.

de consumo) y es, en realidad, lo que nos permite sostener el desarrollo de nuestro proyecto en términos de cierta originalidad, pues no encontramos buenos ejemplos aplicados a las artes escénicas.

Curiosamente, hemos podido comprobar que en su perfil de Instagram: @criticaenfuncion, Lauriente intercala publicaciones personales (viajes, familia, etc.) y profesionales. Allí pueden encontrarse también publicaciones de crítica escrita que tienen muy buen despliegue escritural de la lengua en ese soporte (por ejemplo, acerca de Habitación Macbeth de Pompeyo Audivert, del 3 de octubre de 2021) pero que se perciben incómodas al momento de su enunciación oral.

Otro caso interesante de analizar, es el perfil del ya mencionado **@antoniocrea13** de Antonio García Villarán [visto: 3/12/2021]. Con más de 299.000 seguidores en su cuenta de Instagram, el sevillano que se dedica a las artes plásticas ha sabido crear interesantes videos que abordan diferentes obras, artistas y eventos artísticos del presente y de la historia del arte en general. Su canal de YouTube cuenta con más de 1.240.000 suscriptores de todo el mundo, que responden, seguramente, al amplio espectro de su abordaje, que va de los grandes maestros de la historia de las bellas artes hasta figuras más contemporáneas como Banksy o Yoko Ono. Además, recorre ferias de arte y da lugar a la visibilización de artistas emergentes. Su estilo es ácido y analítico, llegando a confrontar con otros personajes y hasta *haters*, en situaciones y comentarios que él mismo se encarga de hacer públicos confirmando a la situación, cierto aire de telenovela a través de los distintos episodios que revelan la progresión de la relación conflictiva entre nuestro protagonista y sus archi enemigos. Frecuentemente colabora con otros *youtubers* como la joven Ter (en Instagram @tercosmicqueen) e incluso con personajes reconocidos en otros ámbitos de la cultura como la crítica mexicana Avelina Lesper (54.500 suscriptores a su canal de YouTube al 27/7/2022). Su enunciación es informal; graba los videos en su taller y, casi siempre, es interrumpido por alguno de sus tres gatos. A través de su perfil de Instagram comparte detalles de su vida personal, como la construcción de su casa en el campo o su relación amorosa (con @claudiaruizcivico) y si bien, permanentemente apela a su sentido del humor, ya sea en cuanto al uso de la ironía en sus comentarios, como al modo de editar sus videos y los recursos que aplica (por ejemplo, pasar al blanco y negro cuando hace un comentario aparte), todo lo que dice es siempre argumentado y justificado, poniendo en primer plano su conocimiento (es artista y profesor de arte de la universidad de Sevilla, Licenciado y Doctor en Bellas artes, premiado con diferentes galardones) que aparece atravesado por su opinión o punto de vista. Villarán no se muestra a sí mismo como un erudito, sin embargo, deja notar que sabe y que tiene un punto de vista personal, más allá de la información que pudiera encontrarse en cualquier otro sitio. Por eso, tal vez uno de sus legados más notables sea

su concepto de “hamparte”,¹²⁹ que reserva para todo aquello que se vende –a precios exorbitantes– como arte pero que, según él, es mera mercancía o directamente un “engaño” (objetos de la vida cotidiana, producidos o no en serie, expuestos como piezas museísticas, muchas veces acompañados por algún texto explicativo y sin demandar talento alguno por parte del “artista”), que es útil para beneficiar económicamente a una *elite*. Tiene también un canal de Twitch y confiesa que el surgimiento de sus productos mediáticos tiene que ver con ocupar un lugar en el mundo de la crítica que, para él, no existía. Todos los jueves por la noche publica un nuevo video.

El caso de Villarán es notable por varias razones; en principio por su forma dinámica, sencilla y novedosa de presentar artistas consagradísimos y revisar sus obras, pero luego por el modo en que denuncia todo aquello que considera hamparte (como el concierto para plantas titulado “Concierto del Bioceno” realizado por Eugenio Ampudia).¹³⁰ Villarán es un caso excepcional porque es de los *youtubers* de mayor edad (nacido el 11 de Julio de 1976, actualmente tiene 46 años) y por la trascendencia que logró darle al arte en un medio que puede prestarse al desarrollo de contenidos más livianos o de entretenimiento. Sus videos suelen tener una extensión promedio de 20 minutos, da lugar a los comentarios de sus seguidores e incluso los invita a participar en diferentes eventos como concursos de dibujo que él mismo organiza. Sin dudas, su contenido tiene un carácter didáctico y formativo, además del entretenimiento, por lo que podría decirse que cumple también con los requisitos de una crítica educativa, en virtud de todo lo que presenta. Es un referente para cualquiera que desee abordar el arte con sentido del humor a través de las redes sociales.

Felisa Crítica¹³¹

Entre 2012 y 2013, tuvo vigencia Felisa Crítica, un blog en el que una señora publicaba diferentes videos subidos a YouTube; en la presentación escrita describen: “nuestra ama de casa Felisa nos cuenta sus impresiones sobre los estrenos del cine nacional”. Efectivamente, se trata de una señora de uno 60 años, hablando directamente a cámara, en diferentes espacios de su casa. La mujer se pronuncia absolutamente desde su punto de vista y gusto personal, metiéndose arbitrariamente con aquellos aspectos que le interesan de las diferentes piezas (funcionando como una suerte de parodia del estereotipo de cuestiones que tematiza la crítica), a las que evalúa siempre en términos de bueno/malo y sin ninguna argumentación. Es un claro ejemplo de crítica silvestre, pues, si bien hay una ironización, que termina de corroborarse cuando Felisa califica en

¹²⁹ En este video, Villarán desarrolla su concepto de Hamparte en forma de manifiesto: <https://www.youtube.com/watch?v=XHtfmngQ7aA> [Vista:3/9/2022]

¹³⁰ ver <https://www.youtube.com/watch?v=8S1tObeyMUK>

¹³¹ [Vista: 15/4/2022]

términos de cuántas “Felisas” adjudica, o cuando habla directamente a los directores o actores para felicitarlos, o con comentarios como “volví a ir al cine para ustedes”, hablándole a una supuesta audiencia fiel,¹³² no hay motivos para pensar que la mujer no nos estuviera dando su punto de vista honesto. Con todo, y a pesar de que todo el proyecto se parece más a una travesura que a una propuesta de crítica real, es seguramente de las pioneras a nivel local, en imaginar que YouTube podía ser también un espacio para la crítica o el comentario de obras. Respecto de Instagram vale aclarar que, surgida en 2010, no era aún una aplicación muy utilizada en Argentina y, mucho menos, entre personas de la generación de Felisa, aunque es posible suponer que la realización de los videos y contenidos y el manejo del canal no se encontraran exclusivamente a su cargo, lo que, además, enunciativamente se expresa en la descripción: “nuestra ama de casa Felisa nos cuenta...”, es decir, Felisa habla, pero el contenido se presenta como organizado por alguien más.

¹³² El episodio de la película “los santos sucios” (ver: <https://www.youtube.com/watch?v=z3iLdtH7rsE>) tiene a la fecha 1066 visualizaciones y más de 10 años de publicado.

5.3. Consideraciones surgidas del modelo *Booktuber*

Los *youtubers* y *booktubers* constituyen, con seguridad, uno de los antecedentes más significativos en virtud del modelo que proponemos construir. Esto se debe fundamentalmente a tres cuestiones: operan de forma metadiscursiva a partir de un objeto artístico (y, obviamente, lo hacen a través de una plataforma virtual), ofrecen una cantidad suficiente de ejemplos en los que se encuentran ciertos rasgos regulares que definen su producción y sobre los cuales existe también cierto consenso social (lo que Steimberg ve en los metadiscursos estables y socialmente compartidos), de modo que es posible clasificar las video críticas que producen como un género y, de hecho, algunos autores de prestigio ya los han elegido como fenómeno de estudio analizando su impacto y funcionamiento. De modo que tomaremos aquí algunos puntos del análisis de su propuesta enunciativa, que consideramos útiles y relevantes a la hora de definir las características de todo diseño que aborde la crítica y difusión audiovisual de objetos culturales y, en particular, del producto que proponemos.

- Contacto continuo con el espectador: Mirada constante a cámara

Enunciativamente se propone un contacto continuo con el espectador, utilizando una interpelación directa mediante la palabra (del tipo: “te hablo a vos, ¡suscribite!”) y mirando directamente a la cámara. Este punto de vista opera de manera similar a la del presentador de televisión: “que mira a los ojos de cada espectador, manteniendo el vínculo con ellos y generando una tensión entre el carácter público del intercambio y el contacto visual interindividual”. (Scolari y Fraticelli, 2016, pág. 9)

- Individuación

El tema de la Individuación en YouTube es central y puede pensarse tanto en función de los consumidores como de los generadores de contenidos. Así, Scolari y Fraticelli sostienen –contrariamente a lo que podría pensarse– que “cada visionado y suscripción adquieren el valor individual de acrecentar el número que figura en la pantalla. De esta manera, un enunciatario no es equivalente a otro enunciatario, porque cada uno individualmente deja una marca en la interfaz de acceso público” (Carlos Scolari y Damián Fraticelli, 2016).

En cuanto a los generadores de contenido, el proceso de individuación debe ser pensado en otra dirección que, esta vez sí, no puede concebirse en términos cuantitativos sino siempre cualitativos; se caracteriza por acentuar aquellas características personales que hacen que, si bien el *youtuber* utiliza una enunciación que, tal y como mencionamos, podría ser considerada una especie de fórmula, debe –al mismo tiempo– resaltar aquellos

rasgos que lo hagan único y que, en general, tienen que ver con su propia historia o personalidad:

Los *BookTubers* comparten con los *Youtubers* una forma individual de construir su enunciación. La posibilidad de que cualquier individuo pueda abrir una cuenta e identificarla con su propio nombre es una característica definitoria del sistema de medios contemporáneo. (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena)

Además, los autores hacen referencia a Carlón, quien sostiene que esta gramática de la producción y el reconocimiento es similar a la del género autobiográfico. Aquí deberíamos observar que, en efecto, la enunciación es personal y en cierta forma autobiográfica. Aun considerando que *youtubers* y *booktubers* construyen una versión de sí mismos y, en ese sentido un personaje; la *cooktuber* Paulina cocina, quien llega a incluir a sus pequeños hijos en algunos de sus videos, constituye un buen ejemplo de ello. Por otra parte, como hemos dicho, ella ocultó su nombre real durante mucho tiempo y en este acto no parece tanto haber estado resguardando su vida privada (podríamos decir que resulta mucho más íntimo incorporar a sus hijos menores de edad que decir su nombre real) como querer separar a la *youtuber* de la persona.¹³³ Casi como en un acto de confesión, parece decirnos: “yo soy esta, pero en mi vida no mediatizada soy otra diferente de la que ustedes pueden ver en mis videos”. En todo caso lo que se identifica como rasgo denominador de los *tubers* es ese juego liminal entre persona y personaje, en el cual el segundo se constituye como creíble a partir de los hechos y datos biográficos reales del primero.

En cuanto a aquello que señalamos como la individuación a nivel usuario, cabe agregar que este proceso que –como dijimos– podría resultar contradictorio en tanto el consumidor cobra la entidad de un número, se resuelve a favor del *Youtuber* en la medida en que enfatiza el aporte singular de cada uno. De hecho, los *Youtubers* suelen celebrar cuando incrementan la cantidad de suscriptores y especialmente cuando superan cifras redondas como los cien mil (esto se ve estimulado también por la plataforma, que envía una plaqueta plateada –física y no virtual– a todo *Youtuber* que supere dicha cantidad de suscriptores), pero lo hacen extendiendo este logro a su comunidad, afianzando la idea de que se trata de un triunfo colectivo. Lo cierto es que, a nivel dispositivo y aun sabiendo que los suscriptores y seguidores se pueden comprar, y que como simples consumidores la autenticidad respecto de la cantidad y origen de los suscriptores resulta improbable, este sistema ofrece una ilusión de transparencia y sencillez que los

¹³³ En una entrevista reciente otorgada a la periodista María Laura Santillán, la *cooktuber* confiesa que la verdadera razón por la que ocultaba su nombre era para resguardar su perfil académico, ya que en sus inicios como *youtuber*, se encontraba desarrollando un doctorado. Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=DD4aNiQCZLg> [vista: 17/12/2022]

famosos puntos de *rating* que se utilizan para medir la audiencia en TV nunca lograron alcanzar.

- La enunciación amateur y controversial

Si podemos pensar la categoría de profesional o la posesión de un título académico, como una suerte de certificación *standard* del saber (en el sentido de que debe cumplirse con un programa pre-establecido y adaptado a una currícula, y que el valor del título obtenido ubica a todo aquel que lo posea en una misma clase determinada), es de suponer que los *YouTubers* no jerarquicen este tipo de calificación y presten más atención a otro tipo de rasgos que, efectivamente, puedan hacerlos destacar como personajes únicos. De hecho, según esta lógica, lo extraño pasaría a ser que alguno de ellos acredite una formación específica, como es el caso de Paulina Cocina que además de *cooktuber* es socióloga, cuestión que suele señalarse en las entrevistas que le hacen como una rareza.¹³⁴ Más aun, en una sociedad que ha puesto en valor la educación universitaria, especialmente entre la clase media y media-alta, se puede pensar que hay algo controversial o provocador en ser exitoso sin necesidad de tener una carrera. En ese sentido, podría decirse que existe cierto heroísmo en la figura del aficionado que triunfa y que, además, lo hace sin el apoyo de los medios masivos tradicionales. De algún modo, todo esto hace parte de un modo enunciativo que Scolari, Fraticelli y Tomasena identifican como característico de la famosa plataforma digital:

La enunciación de los *BookTubers* aficionados forma parte de la legión de enunciadores aficionados a la que también pertenecen los *youtubers*. Aparecen como aficionados tanto en la realización de sus videos como en la valoración de sus lecturas. No son estudiosos de la literatura ni críticos expertos. Los *bookTubers* hablan de los libros según sus vivencias y emociones que, por definición, son subjetivas y no se someten a verificación. La validez de sus declaraciones se agota en la emotividad; ninguna institución legitima sus palabras. (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021)

En este punto, los autores hacen referencia también a Jakobson (1960) respecto de la función emotiva que entra en juego en su enunciación característica. Sería lo propio de una producción no profesional, pues como dicen, no se encuentran amparados por ninguna institución, sino que simplemente opinan y argumentan desde el yo. En cierto sentido, esto resulta una ironía porque todos los casos que mencionamos, dan cuenta de una efectiva profesionalización de la actividad, lo que nos permitiría decir que: se convierten en *youtubers* profesionales pero parecen eludir su responsabilidad por los

¹³⁴ Ver: <https://www.cronista.com/clase/gourmet/Quien-es-Paulina-Cocina-la-youtuber-de-43-anos-que-no-se-llama-Paulina-ni-es-cocinera-20200518-0008.html> [Vista: 4/10/2022]

comentarios que ofrecen, amparados en la condición de *amateur* (una operación bastante similar a la que ejecuta Paulina Cocina cada vez que nos aclara que ella no es cocinera).

De estos tres puntos, el último nos resulta –paradójicamente– controversial, en función del producto que pensamos. Si bien consideramos una construcción enunciativa que debería ser de cercanía, aunque sin perder cierta asimetría esperable del lugar del “experto” que habla en el texto crítico, que puede o no traslucir emociones, el objetivo es validar nuestra opinión a través de alguna fundamentación o argumentación: analizar la producción de sentido, buscar vinculaciones interdiscursivas; no hablar de las obras desde la valoración subjetiva o los gustos personales sino a partir de una observación en la que haya mediado algún tipo de metodología analítica. Esto parece sostener el trabajo de la mayor parte de los *Youtubers* que hemos revisado; por mucho que Paulina Cocina insista en que no es cocinera, se encarga de dejar en claro que hay un trabajo de investigación detrás de cada uno de sus videos: mínimamente, que busca recetas en diferentes sitios y las compara o reelabora antes de realizar sus propias pruebas, pero sobre todo que dedica una gran parte de su tiempo a su canal –que ya es marca– lo que la convierte en una profesional, muy independientemente de los títulos universitarios que tenga; de modo que su trabajo no es comparable al de la entrañable Felisa Critica.

Desde luego, hay dos grandes diferencias entre cualquier *tuber* y uno que construya un canal de crítica; por un lado, el grado de especificidad que requiere el contenido. Al principio de esta investigación mencionábamos cómo Federico Irazábal caracterizaba el perfil del crítico antes de la formalización de las carreras universitarias de crítica de arte. Pero el hecho de que ahora existan estas carreras ubicaría a un crítico no formado (por lo menos a los nuevos críticos) en una zona de cierta marginalidad que, siguiendo con el concepto de “controversial” del modo enunciativo *tuber*, podría interpretarse como un aspecto positivo. Sin embargo, de un modo u otro, se esperará de este crítico la acreditación de un determinado saber; de otra forma, estaríamos nuevamente frente a un producto más parecido al de Felisa Critica y, por lo tanto, en una categoría más cercana a la de entretenimiento o, en última instancia, a la crítica silvestre. Antonio García Villarán es un buen ejemplo en tanto sus acreditaciones formales son las que le permiten desplegar sus opiniones más radicales y controvertidas, en la medida en que se puede cuestionar su postura y su argumentación, pero no su conocimiento en el tema. El *Youtuber* y abogado Leandro Riccio, que se dedica a analizar casos emblemáticos desde el punto de vista jurídico, sería otro buen ejemplo en el panorama argentino, de casos en los

que el contenido del canal demanda un grado de profesionalización.¹³⁵ su contenido se sostiene sobre la base de que él sea abogado, aunque no ejerza la profesión.

Por otro lado, no debemos olvidar que la crítica es una operación metadiscursiva, a través de la cual se está hablando de producciones culturales que son, finalmente, trabajos realizados por otras personas; esto supone un respeto por esos creadores y, por lo tanto, implica cierta responsabilidad, ética y algún tipo de respaldo profesional que evite que cualquier comentario se convierta en mera opinión. Como dijimos, el otro camino es hacer un abordaje que no profundice y que se reduzca a la propuesta humorística o de entretenimiento, como el mencionado Felisa Critica que termina siendo una divertida ocurrencia (la viejecita ama de casa que juega a hacer de crítica de artes). De modo que aun para sostener y construir un tipo de enunciación distendida y personal, consideramos que es fundamental a los fines de este proyecto, poder dar créditos de algún tipo de autoridad, que podríamos distinguir según dos tipos de operaciones distintas: las que construyen la legitimidad o autoridad del crítico, por un lado, y las que hacen a la argumentación que aparece en cada discurso, por el otro. Lo primero tiene que ver con un cierto “respaldo”; está relacionado con una cuestión del orden de lo biográfico y con lo que Aristóteles llamaba “pruebas extratécnicas”, en el sentido de estar construidas fuera del discurso (como la formación universitaria, o las “credenciales” de haber escrito para otro medio, o algún tipo de reconocimiento obtenido en el ámbito de la escena local). En última instancia, el consumidor se sentirá identificado, sorprendido, iluminado o enfurecido con lo que diga el crítico, pero siempre deberá asumir que lo que propone está construido a partir del conocimiento.

Por otra parte, todo discurso debería producir eventualmente un efecto de cientificidad – que se ubicaría dentro de lo que Aristóteles llama “pruebas técnicas” –, y es lo que construye cada producción discursiva como “científica”. Aquí nos referimos al “efecto de cientificidad” en los términos en los que lo propone Verón en *La Semiosis Social*, en el sentido de la exhibición que hace todo discurso de sus condiciones de producción. Precisamente, este efecto de cientificidad es uno de los recursos de construcción de legitimidad que tiene el discurso crítico y, en ese sentido, debemos pensar en aquellas operaciones que lo construyen como tal y el modo en que es posible aplicarlas a través de los recursos audiovisuales (uso de citas, bibliografía, referencias, y todas aquellas condiciones de producción que puedan ser exhibidas en el texto). García Villarán es una muestra contundente de ello en la medida de que el crítico puede llegar a ser bastante duro con algunas obras o artistas y, sin embargo, no puede decirse que sea simplemente

¹³⁵ Ver: https://www.clarin.com/zonales/leandro-riccio-abogado-furor-youtube-pienso-dejar-ejercer-_0_MU0wTPXLI.html#:~:text=Leandro%20Ricco%2C%20el%20abogado%20que%20es%20furor%20en%20Youtube%3A%20%E2%80%9C,pienso%20dejar%20esto%20para%20ejercer%E2%80%9D [Vista: 4/10/2022]

un *hater* pues todo lo que dice lo sostiene desde la argumentación, desde sus conocimientos académicos y desde el lugar de prestigio que se ha ganado a través del aval de la comunidad que lo sigue. Es cierto también que en gran medida, y a juzgar por los comentarios que les dejan muchos de sus seguidores, su audiencia parece disfrutar de verlo ensañado con algo o alguien, pero sobre todo empatiza y agradece que alguien “diga lo que todos piensan”¹³⁶ y se plante frente a ese extraño y poderoso mercado del arte que permite y se jacta de que, por ejemplo, obras como “*Comedian*”,¹³⁷ del artista plástico Maurizio Cattelan, se vendan por cientos de miles de dólares.

Pero, en todo caso, lo importante es que en su enunciación y en su producción textual haya huellas de esa formación académica, que puede estar más o menos exhibida, aunque debería estar siempre operando. Dicho de otro modo: si se es un académico, pero esos saberes no inciden, modelan ni intervienen en la producción discursiva, lo que tenemos es pura legitimación, pero no se construye científicidad. Ahora bien, también podría pensarse en distintos grados de exhibición de esa científicidad, es decir, de esas condiciones de producción en discursos críticos. Por ejemplo: el modelo analítico de Steimberg (retórico, temático, enunciativo) puede estar modelando un análisis sin que se cite a Steimberg ni que se defina qué es lo retórico, lo temático o lo enunciativo, simplemente puede “aplicarse”. Por ello, podríamos decir que el efecto de científicidad opera en distintos grados.

En cuanto a García Villarán, estas huellas se hacen visibles primero a través del lenguaje específico y técnico que el *Youtuber* domina y emplea, luego mediante la exhibición permanente de su propia obra (esto no se manifiesta en los videos en los que dedica a determinado artista o evento, pero es una constante en otros contenidos de los que sube en sus distintas plataformas). En definitiva ser él mismo un artista le confiere algún tipo de saber o autoridad en la materia. Y desde esa construcción de científicidad y de legitimidad, es que le es lícito criticar de forma ácida y contundente a determinados artistas, con la seguridad de que sus espectadores aceptarán y respaldarán su postura. Prueba de ello es la apropiación por parte de la comunidad de su concepto de hamparte al que ya podríamos denominar un neologismo, como si Villarán supiese que, más que “dar voz a lo

¹³⁶ Lo decimos en un sentido general y popular; no tanto como una discusión desde la comunidad del arte, sino, sobre todo, de lo controversial que resultan este tipo de noticias publicadas en un medio generalista; un buen ejemplo es la obra: “El vaso de agua medio lleno” (2006) de Wilfredo Prieto, que se vendía en la Feria Arco de Madrid por €20.000, y consistía, precisamente en un vaso de vidrio lleno de agua hasta la mitad en un estante de madera. Ver: <https://www.soho.co/historias/articulo/arte-el-vaso-de-agua-mas-caro-del-mundo-por-wilfredo-prieto-en-feria-arco/37931/> [vista:18/12/22]

¹³⁷ «Comedian», de **Maurizio Cattelan**, fue la obra de la que más se habló en la edición de Art Basel Miami Beach del 2021, donde se exhibía en el *stand* de la galería Perrotin: un simple plátano pegado a la pared con una cinta adhesiva, cuyo precio era de 120.000 dólares. (Cultura, 2020)

que todos piensan”, lo que agrada es el aporte de su mirada controversial respecto de lo socialmente aceptado. No resulta una novedad el hecho de que suele generar más repercusiones aquello que surge del desencuentro y la adversidad que de la cordial aceptación. Incluso podríamos argumentar que, en un sentido general, se tiende mucho más a expresar el desacuerdo que el acuerdo: quejas, reclamos, malas experiencias, opiniones negativas se verbalizan mucho más que las buenas experiencias. Sin embargo, no parece algo que queramos definir de antemano o elegir como un estilo propio: ir al choque con aquellas obras que consideremos no hacen honor a las artes escénicas y sus espectadores o, al menos, en contra de aquello en que creemos (y por lo demás, el vínculo entre el crítico y los artistas y productores de danza locales es, con seguridad, mucho más cercano y directo que el que puede tener Villarán con Cattelan, sin necesidad de llegar a poner como ejemplo el que pudiera tener con artistas ya fallecidos y que forman parte del inconsciente colectivo popular como Degas, Van Gogh o Picasso, de modo que una interacción como la que el crítico sevillano propone resultaría mucho más violenta y conflictiva en el marco del proyecto que proponemos).

En lo que nos respecta, entre los espacios posibles del proyecto, pensamos que, con el tiempo, se podría incorporar un segmento que retome la crítica silvestre en una sección específica que podríamos titular: *Lo que opina mi vecina*, con la intención de polarizar la mirada profesional y el análisis más complejo con la opinión de un espectador no entrenado que pueda expresarse libremente en sus propios términos y con categorías tales como “*me gustó/ no me gustó*”, o bien “*me aburrí y no entendí nada*” y hasta “*me pareció hermoso*”.

- El humor

Damián Fraticelli sostiene que “vivimos el momento de mayor producción risible mediatizada de la historia” (Fraticelli, 2021, pág. 117). El contenido de los canales varía en un margen de lo inimaginable; prácticamente es posible encontrar canales en *youtube* acerca de cualquier tema, pero lo que se presenta como una característica frecuente es el recurso del humor como modo enunciativo:

Enunciación humorística: En el discurso de los *youtubers* aparece con más frecuencia la comicidad que el humor, mientras que en el discurso de los *BookTubers* sucede lo contrario. Si bien los *BookTubers* pueden hacer payasadas, ellos se ríen más de sí mismos por sufrir situaciones penosas relacionadas con ser amantes de los libros, o ser considerados adictos, o sufrir por la espera de un nuevo volumen de su saga favorita. Estas situaciones son compartidas por la audiencia colectiva, lo cual se corrobora en los comentarios que realizan: “¡No puedo más! ¡Yo también necesito leerlo! (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena)

Más allá de la diferencia observada entre humor y comicidad, la enunciación risible aparece como un rasgo frecuente en todos los casos revisados: sin distinción de género, hay algo del desenfado, la espontaneidad y la forma de explotar el error que parece ser común a todo el mundo *tuber*, sin importar el prefijo y la densidad del contenido.¹³⁸ Como si los *YouTubers* no pudieran o no quisieran salir de ese –siguiendo a Fraticelli– procedimiento comunicacional que se instituye en el área de lo reidero, o hubiesen llegado a la conclusión de que sólo a través de esa atmósfera alegre les será posible cautivar la atención de su espectador. Más aún, la tendencia que se observa es –en un sentido más instintivo que técnico– aplicar las leyes básicas de la técnica del clown: poniendo en evidencia los aspectos que normalmente las personas ocultan de sí mismas en la vida cotidiana y que, en este caso, se relacionan con la exposición de los fallos –si los hubiere– ocurridos durante la producción de cada episodio. Se trata, en realidad, de un modo de compartir y hacer contacto. Fraticelli sostiene que en el humor, el enunciador y el enunciatario establecen una relación de simetría burlándose de sí mismos. “Así, mientras lo cómico es reírse de, el humor es reírse con” (Fraticelli, 2021). En el contexto en que se presenta, el hecho de que Paulina se jacte de su “boluda interior”, la pone más cerca de ser una heroína que de alguien poco iluminado, convirtiéndose en una de las claves de su éxito.

En una entrevista, el escritor y conductor de radio Alejandro Dolina comentaba citando a Schopenhauer que el humor es “poner una cosa allí donde no va”, definiendo el humor como una suerte de sorpresa situada que resulta graciosa por el contexto que la enmarca. Aquí se nos presenta como contundente porque, posiblemente, lo esperable de un contenido de crítica sea la seriedad, la reflexión y el raciocinio, de modo que es en sí mismo el sentido del humor lo que se presentará con el efecto de la sorpresa, haciendo más atractiva una propuesta cuya temática suele relacionarse con otro tipo de enunciación y constituyéndose en ese sentido (no en cuanto a la red sino al contenido) en una novedad.

- Dimensión temática

Dentro de lo que definimos ampliamente como “el mundo *tuber*”, la crítica de artes escénicas –y con un grado de especificidad aun mayor, la crítica de danza– se asemeja al universo de los *booktubers* más que a cualquiera de los que hemos mencionado, en la

¹³⁸ Sin esbozar una sola sonrisa ni incorporar bromas o recursos de montaje que pudieran aportar sentido del humor, el *youtuber* Damian Kuc (con más de 160.000 seguidores en julio de 2022) desarrolla su programa “Historias Innecesarias” cuyo único guiño es presentarlas en pijama y con un fondo montado de antigua biblioteca inglesa con su chimenea, lo que le transfiere al contenido una suerte de tono de enunciación irónico que funciona con sutileza sin necesidad de enfatizar este aspecto. En términos de Fraticelli, podríamos decir que lo que construye Kuc tiene algo de lúdico sin llegar a ser risible, en el sentido de que mantiene cierta distancia afectiva. Ver: <https://www.youtube.com/c/DamianKucHI> [visto: 6/7/2022]

medida de que temáticamente, libros y obras de teatro y danza podrían ser agrupados como objetos de consumo cultural. Así

La propiedad discursiva que distingue a los *BookTubers* de los *YouTubers* es su dimensión temática. Los videos de *BookTubers* giran en torno al mundo de los libros (autores, lecturas, escritos, novedades editoriales, etc. (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021)

Esta cuestión constituye una diferencia que puede resultar sustancial en cuanto a los contenidos de los *youtubers* en general y de aquellos que optan por temáticas específicas. Además, según nuestra hipótesis, la diferencia entre productos como los de Martín Cirio y Paulina Cocina, más allá de sus estilos personales, radica en que mientras Paulina brinda un contenido con una utilidad muy concreta que puede ser traspasada a la vida cotidiana, Cirio sólo ofrece entretenimiento basado en su propio personaje y no ajustable a una utilidad por fuera de ese momento de esparcimiento. En ese sentido, el abordaje de lo que se supone será cada episodio de nuestro canal, propone una relación muy directa con el público que consume danza y teatro, pero también un beneficio en relación con ello, del mismo modo que podría adjudicarse al caso de los *booktubers*.

Por lo demás, toda definición temática supone también cierto recorte de audiencia aunque, como también hemos visto, no se ciñe a ningún *target* de espectador ni es su objetivo hacerlo. Del mismo modo en que no hay que ser cocinero para interesarse en Paulina Cocina (incluso podríamos decir que el camino puede ser el inverso; personas que se interesan en la cocina a partir de encontrarse con estos contenidos) el producto que proponemos no exige para sus consumidores una condición o interés previos y, con seguridad, prioriza entre sus objetivos la posibilidad de atraer nuevos espectadores de danza y artes escénicas en general. Pero, en cualquier caso, es claro que lo que lo distinguirá de entre la extensa variedad y cantidad de contenidos, es la definición y sujeción a un tema muy concreto con el que pueda ser claramente identificado y diferenciado.

5.4. Pautas para el diseño del canal

En virtud de todo lo analizado y considerando este breve relevamiento de productos que ya se encuentran en circulación, sostenemos que cualquier propuesta para la crítica que pretenda presentarse como una renovación y atender a las distintas cuestiones que han ido surgiendo como necesarias, debería constituirse:

- Dirigida a un consumidor joven o joven adulto, abierto a encontrarse con nuevas formas y procedimientos implicados en el uso de dispositivos y formatos de comunicación, que a su vez, abarquen nuevos contenidos e intereses.
- Sobre la base de un formato audiovisual, de corta duración, con episodios frecuentes aunque no diarios (posiblemente semanales o quincenales), y manteniendo un compromiso de periodicidad sin importar tanto la frecuencia escogida como el cumplimiento del contrato tácito.
- Capaz de interconectarse a través de múltiples redes, produciendo contenidos complementarios y que permitan establecer un *feedback* directo y dinámico con sus seguidores.
- Con una definición clara del alcance geográfico de las producciones que abarcará y, en consecuencia, su posición de cercanía para con ellas (¿hablará de las grandes compañías reconocidas en todo el mundo o enfatizará las producciones locales y, eventualmente, de aquellas internacionales que visitan la ciudad?).
- Abarcando propuestas de los diferentes circuitos de producción, pero priorizando aquellas que provienen de la escena independiente, manteniendo los contenidos actualizados según el orden de los estrenos –especialmente, de aquellos que no planifican temporadas extendidas en el tiempo– y proponiéndose como un espacio de exposición alternativa respecto de los objetos que presentan los medios hegemónicos.
- Con una propuesta fresca e informal en cuanto a su enunciación pero, a la vez, capaz de exhibir procedimientos de validación, ya sea mediante la acreditación de conocimiento obtenida con el respaldo de una institución (por ejemplo, un título universitario) o bien, por cierto reconocimiento en el medio directo en el cual se propone arraigar, en este caso, la “comunidad”¹³⁹ de la danza, dando cuenta a través del propio discurso, y sin hacer alarde de ellas, de las marcas de

¹³⁹ En un documental dirigido por Gustavo Laskier para el instituto PRODANZA (2011), un grupo de 14 referentes del circuito de producción de la danza independiente reflexionan, sin llegar a un acuerdo, respecto de la existencia de una “comunidad” de la danza en la Ciudad de Buenos Aires. Ver <https://www.youtube.com/watch?v=-xT3mvzyy0s&feature=youtu.be> [vista: 8/10/2022]

intertextualidad que confirman su capacidad analítica en relación con el objeto que aborda y, en ese sentido, su condición de voz autorizada.

- Con operaciones que se apoyen también en la identidad de un sujeto que pueda hablar en primera persona, estableciendo un contacto personal –o que se presente enunciativamente como personal–; capaz de dar su opinión (la crítica nunca deja de ser un género de opinión) pero a la vez, haciéndolo desde la argumentación y el conocimiento del género que aborda y del medio en que este circula, demostrando dominio y conocimiento real de la materia. Esto implica, por ejemplo, la capacidad de comparar una obra con versiones anteriores u otras puestas del mismo director/coreógrafo, ponerla en perspectiva con el historial de la producción de ese director o con otras obras de ese género e incluso cuestionar el molde del género en el que cada obra se inscribe, al cual puede seguir o del cual puede desviarse.
- Considerando lo expuesto en los puntos anteriores, proponer un equilibrio en cuanto al modo de presentar contenidos, apostando por su capacidad de suscitar reflexión, pero sin volverse hermética para un público no especializado.
- Idealmente, incluyendo el humor como recurso y estrategia discursiva para generar cercanía en la enunciación y confiriendo un carácter lúdico a un contenido que suele asociarse con adjetivos como demasiado “serio, culto o intelectual” (y para muchos, entendiendo todo esto como sinónimo de aburrido), pero sin apelar a situaciones ficticias sino a la autenticidad y a la espontaneidad, aun si trabaja con un esquema o guion preestablecido.
- Como un canal con nombre de marca. Esto implica definir el nombre de esa marca, y luego su imagen (sea tipográfica, sea con la inclusión de un logo), del que luego se desprenderían otros materiales, como la imagen de perfil de Instagram o la del cabezal de YouTube.

Respecto de este último aspecto, según Chaves y Belluccia, para la caracterización de toda institución, la tarea primera y básica equivale a distinguir en el sujeto analizado los rasgos propios del sector en el que se inscribe y los matices particulares que lo singularizan, es decir, “determinar en qué es distinto a los demás. Pues resulta materialmente imposible identificar de un modo eficaz a una entidad de la cual sólo se conocen sus características genéricas” (Belluccia y Chaves, 2003[2006]:89). Amplían estos autores:

Identificar es básicamente inscribir en un género y discriminar un individuo; por lo tanto, resulta indispensable detectar, en el universo de signos identificadores del sector respectivo, aquellos paradigmas estilísticos pertinentes a la organización/proyecto para el que estamos diseñando. Antes de programar una intervención de diseño, se han de conocer los modelos, tendencias y calidades gráficas en el sector para estimar en qué línea o líneas estilísticas generales convendrá inscribir los futuros signos [...] Para ello, es indispensable el relevamiento ponderado de la competencia (Belluccia y Chaves, 2003[2006]:91)

Como parte de una investigación académica que analiza una situación concreta, elabora un diagnóstico y culmina ofreciendo una propuesta posible, nos resulta extraño pensar en la instancia de “marca” para el producto que proponemos; sin embargo, lo haremos atendiendo a la definición que ofrece el profesor Norberto Chaves, y entendiendo la marca como un “identificador mínimo, una suerte de microdiscurso de la identidad de la organización (...) y un instrumento puramente estratégico; pues cubre a toda la organización remitiendo a su perfil de largo plazo y obrando como clave de interpretación positiva de todos los mensajes que aquella transmita” (Chaves, 2011)

Así mismo, Chaves explica que lo que llamamos marca gráfica o simplemente marca, se compone de un nombre como signo de identificación primero e imprescindible, que en la mayoría de los casos también va acompañado de un logotipo, que cumple la función identificadora. Chaves afirma que algunas entidades tienen, además, un signo complementario en el cual no se lee el nombre, pero sí se asocia a él, funcionando como un sinónimo del logotipo. “Ambos signos (logotipo y símbolo) pueden –en algunos casos– articularse inseparablemente generando signos mixtos: isologos, sellos, escudos, etc.; o estar complementados por otros signos: colores, texturas, tramas, mascotas, etc (Chaves, 2011, pág. 17)

Por último y siguiendo al Profesor Paolo Fabbri cuando explica las distintas formas en que puede jugar el nombre de marca: referencialmente, metafóricamente, ser un neologismo, etc., decidimos que nuestro producto jugará de forma metasemémica, es decir, resumiendo una serie de cuestiones que se plantean en su texto de referencia. (Fabbri, 1998)

5.5. La proyección de un espacio virtual para la crítica de danza

Desde el momento en que decidimos observar como referente para esta investigación a *booktubers* y *cooktubers*, y el análisis de sus producciones efectuado por otros autores, podría decirse que hemos apostado por un formato probado; sin embargo, lo que proponemos como novedad es la revisión de aquello que existe y que ha funcionado para otros contenidos, con el fin de aplicarlo en nuestro terreno de interés, que no cuenta con grandes o eficaces exponentes. Es en virtud de ello, que hemos hecho mención de estos ejemplos que encontramos como buenos antecedentes y que, especialmente en el caso de los *booktubers* (porque elaboran un producto que también aborda de forma metadiscursiva un objeto cultural), nos permitieron identificar algunos rasgos que, sería esperable, funcionen de forma similar para las artes escénicas en el contexto de lo que podría denominarse el universo de las redes sociales y, particularmente, de YouTube.

Un aspecto de particular interés en relación con el trabajo realizado por Scolari, Fraticelli y Tomasena, radica en el hecho de que reconocen que el espectro esperable para el consumo de la producción de *booktubers* es, en cierta forma, marginal respecto a lo esperable para otro tipo de contenidos:

Volviendo al concepto de “campo” y capital, según Bourdieu (1996) los BookTubers pertenecen estructuralmente a dos campos diferentes: por un lado, porque su popularidad no alcanza el nivel necesario para obtener beneficios económicos significativos a través de publicidad (*clicks*) o patrocinio, al igual que lo hacen los *gamers*, *vloggers* de moda y viajes, los *BookTubers* ocupan un lugar subordinado en el ecosistema de creadores de YouTube; por otro lado, ocupan un lugar destacado en el ámbito literario, gracias a su capacidad para conectar con el público joven al que la industria editorial no puede llegar, lo que les permite obtener beneficios a cambio de visibilizar los productos que la industria quiere vender. (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021, pág. 9)

En líneas generales podría decirse que los contenidos culturales que abordamos no se encuentran entre los de consumo más masivo y, en todo caso, que los espectáculos escénicos se presentan más adversos que los libros frente a esta cuestión, en tanto su acceso se restringe a algunos momentos específicos en un determinado lugar geográfico. No nos toca arriesgar aquí las causas que explican la falta de masividad del consumo de libros o de producciones escénicas, pero podemos suponer que se encuentra relacionado con el hecho de que el teatro y, especialmente, la danza no lograron convertirse en industria de alto rédito como el cine o la música. A estos desfasajes podríamos agregar ahora el hecho de que las reseñas de los *booktubers* y las recetas de los *cooktubers* ya parecen haberse estabilizado como molde discursivo, al modo de los géneros, mientras nosotros seguimos pensando cómo sería un contenido semejante para las artes escénicas.

Desde luego, al igual que lo que sucede con los *booktubers*, el producto que proponemos no se encuentra sujeto al consumo de los espectáculos e incluso podría pensarse que, en la mayoría de los casos, se hace consumo de la propuesta comunicacional aunque ésta no impulse otras interacciones (como comprar un libro o una entrada) pero sí debemos asumir que –en principio y en los términos que lo plantea el trío de autores citados– no es esperable una popularidad como la de otras propuestas *tubers*.

Pero aun teniendo en cuenta que un espacio lúdico de reflexión y relevamiento crítico, que difunda espectáculos que se encuentren en circulación, y por lo tanto, se constituya a la vez como un espacio de difusión y de despliegue de la “novedad”, podría convertirse en un objeto deseable para un determinado *target*, es preciso comprender que la danza como objeto de crítica y comentario presenta sus propias limitaciones en cuanto a su circulación. Es posible afirmar que gran parte del interés que suscita consumir este tipo de crítica¹⁴⁰ radica en la posibilidad potencial de asistir a ver o participar del hecho que es comentado; cuando buscamos la crítica de determinado libro de un autor que nos interesa o de una película, sabemos también que en algún momento más o menos cercano podremos reunirnos con ese objeto. Sin embargo, esta posibilidad no puede ser generalizada para la danza o el teatro, lo que nos hace pensar que el producto que los aborde debería diseñarse restringido a una dimensión local.

Esta circunscripción permitiría reforzar el interés de los consumidores locales, no sólo porque abordaría un objeto que les resultaría accesible, sino también porque contendría una serie de personajes y entidades con los que existe una vinculación concreta y afectiva. Esto no pretende inferir que el espectador tenga un vínculo directo y personal con los distintos elementos implicados, sino que existe entre ellos una relación –cuanto menos– contextual. Cuando se habla de una obra estrenada en el Teatro San Martín, sabemos que es *aquel teatro donde aquella vez se vio tal obra*, o el edificio que se encuentra situado al 1500 de la Avenida Corrientes, por la que *pasamos todos los días para ir al trabajo*; de modo que ocupa un lugar en nuestra historia y/o cotidianeidad aun si nunca lo hemos pisado. Por el contrario, para muchos porteños, no habrá ningún punto de contacto con la reseña de una producción recientemente estrenada en el remoto Teatro Bolshoi, creada por un coreógrafo cuyo nombre no representa mucho más que una dificultad a la hora de ser pronunciado.

De modo que, considerando la globalidad que abarca YouTube, la crítica de danza como objeto de difusión podría resultar limitada en cuanto a su capacidad de suscitar interés

¹⁴⁰ Nos referimos a publicaciones relativamente breves de las que emergen con el surgimiento de alguna obra artística y circulan por medios de comunicación, en contraposición con trabajos de mayor despliegue como *papers* universitarios o libros publicados.

entre espectadores de diferentes puntos geográficos, en la medida en que aborda personajes y contextos que, mayormente, le resultarán desconocidos e inaccesibles, especialmente cuando se ocupa de producciones del circuito independiente, por su menor capacidad de repercusión. Aquí entrarían en juego los rasgos identificados por Petris y Mendoza cuando señalan la existencia de un tipo de crítica que se enuncia sin suponer la confrontación de su consumidor con el objeto que aborda y que, si bien es viable, en vistas del lugar o la función que nos interesa ocupar en el panorama de las artes escénicas porteñas, resulta una opción más interesante aquella que circunscriba su público potencial al ámbito local en el que coexisten objetos y consumidores.

Desde luego, sería perfectamente viable la producción de un canal que se ocupe de los estrenos de danza internacional, pero el mismo estaría destinado a un consumidor mucho más especializado, demandaría otro tipo de producción y, en definitiva, estaría respondiendo a otro tipo de intereses diferentes de los que aquí se plantean.

Por otra parte, está claro que ninguna crítica tiene la capacidad de ser universal, en la medida en que no puede dar cuenta de todo su objeto o agotarlo. Además, en términos de Verón, pueden pensarse las restricciones de toda crítica tanto en producción como en reconocimiento. Por un lado, está claro que los intertextos que cada crítico tenga disponibles para la producción de una crítica aumentarán su riqueza y espesor (si bien cada texto se ocupará de un objeto específico, conocer las producciones anteriores de la misma compañía o artista sería un buen ejemplo de un factor que suma al valor del texto producido). Por el otro, las lecturas de esa crítica no serán las mismas en distintas sociedades/culturas porque, en cada caso, serán leídas "desde otro lugar" (variarán las condiciones de reconocimiento). De modo que sería esperable que una misma crítica acerca del porteño grupo Krapp, no sea recibida del mismo modo en Buenos Aires que en París, entre otras cosas, por el distinto lugar que ocupa el grupo Krapp en el marco de la comunidad que consume danza en su ciudad de origen respecto de la que lo hace en la capital francesa. Del mismo modo, varía también el lugar que ocupa el crítico ya sea como "local o visitante", con lo cual, habría que considerar que existe también una problematización de lo que les pasa a los observadores.

Si aceptamos esta idea como algo extensivo para todo objeto artístico o cultural, deberíamos asumir también que, posiblemente, la crítica de artes escénicas sea la que menor capacidad tiene de ofrecerse como universal, y aceptar que su única posibilidad de constituirse en un objeto de interés activo en su capacidad de establecer vínculos entre los diferentes agentes implicados (artistas, espectadores, productores) es ejerciéndose cada vez y desde una nueva perspectiva, en virtud de su panorama específico de ejecución; pues, como sostiene Cingolani, "los textos deben ser considerados en relación

con sus condiciones (de producción y reconocimiento) pues el análisis de la producción de sentido es interdiscursivo". (Cingolani, 2010, pág. 3). Si aceptamos que la asistencia a una sala con sus características espaciales propias, es parte de la experiencia de ver una obra escénica, la crítica de una pieza, realizada sobre una puesta en escena en una determinada sala de la ciudad de Buenos Aires no debería ser idéntica a la de la misma producción montada en otra, y mucho menos, en un teatro de otra ciudad o país (estrictamente, no es "la misma" textualidad, de modo que deberíamos decir que no se trata de la misma puesta).¹⁴¹

En definitiva, lo que intentamos enfatizar es la importancia para el producto que proponemos, de no expandirse sobre los grandes universales de la danza y las reconocidas compañías del mundo, sino circunscribirse a aquellos agentes que comportan un carácter local, y por tanto cercano, accesible y reconocible como parte de una red de la que se forma parte. En última instancia, es a partir de las reflexiones sobre obras específicas, que se puede llegar a los conceptos más universales –y no al revés– y, en cuanto a ese grado de cercanía, establecido cuanto menos por ser miembros de una misma ciudad, debemos admitir que no significa que todo espectador esté en igualdad de condiciones frente a la obra que aún no ha visto.

Aquí es, seguramente donde más nos apartaremos de los *booktubers*, en virtud de la naturaleza de los libros respecto a la de la danza. Desde luego, un *booktuber* también podría decidir abordar únicamente el trabajo de autores locales, pero eso respondería más a una decisión que a una necesidad, y posiblemente no tendría demasiado sentido. De modo que, por un lado, tenemos la cuestión acerca de qué obras se dan como objeto los *booktubers*, si son locales o si pueden abrirse a la literatura más universal, o de otras tierras. Por el otro la naturaleza de la danza como objeto de arte en relación con la del libro.

Los libros son obras lingüísticas, y la crítica primordialmente también. Es decir, la crítica literaria emplea el mismo lenguaje que sus obras. En cambio, en el caso de la danza, se hace crítica con la lengua, pero las obras no son lingüísticas. En ese sentido, una cita de un fragmento literario que pueda hacer un *booktuber* trae ese fragmento a la crítica, lo puede "mostrar tal como es"; en la crítica de danza esto no puede hacerse; como mucho, podría incorporar algunos registros (pero esto ni es tan fácil, ni se presta al soporte

¹⁴¹ Apuntando al hecho de que cada función es única e irrepetible, o que, en ocasiones, se presentan situaciones singulares, muchos críticos aclaran que sus artículos se refieren a tal o cual función específica, y sienten la necesidad de distinguir el hecho de que su crítica se funda en lo sucedido en esa performance en particular. Desde esta perspectiva, resulta aun más comprensible la necesidad de enfatizar que no todos los aspectos de una misma crítica resultan extensivos respecto de las distintas presentaciones de una pieza que gira por el mundo.

escrito), lo que implica siempre una metadiscursividad que es también un cambio de lenguaje y menores procedimientos de cita textual. Por lo demás, la danza no puede ser traducida y en ese sentido apropiada de forma natural, del mismo modo en que podemos leer un libro ya sea en nuestra lengua materna u otra que dominemos como secundaria y, por supuesto, no puede de ser poseída como un objeto que compramos e incorporamos a nuestra biblioteca para releer a demanda.

Finalmente, siempre es posible producir emisiones especiales que aborden las grandes producciones extranjeras, ya sea que visiten el país o que se las aborde como visitante en otra parte del mundo (en definitiva eso sería lo propio de los *tubers*, su capacidad de transmitir desde donde estén) pero siempre asumiendo esa priorización de la producción de origen como eje del contenido. A fin de cuentas, lo que interesa no es únicamente el abordaje de tal o cual espectáculo, sino un modo particular de interpretar la actividad de la danza, su lenguaje e instancias de producción y, si eso se encuentra presente de forma clara y contundente, será también esperable que emerjan nuevos focos de interés por fuera del espectro de consumidores planificado originalmente.

Otra de las diferencias que emerge como necesidad particular de la danza respecto a la de los libros –como ya hemos señalado– y que además se presenta entre las falencias más importantes que enfrenta la crítica de danza en cuanto a su posibilidad de hacer difusión, es la necesidad y el apremio de una comunicación veloz y eficaz de un evento que, con frecuencia, tiene fecha de caducidad cercana. En ese sentido, los textos críticos producidos para su circulación a través de los dispositivos de internet, ofrecen la posibilidad de una distribución “en tiempo real” que se impone como una ventaja respecto de los tiempos que demandan las publicaciones impresas; en un tiempo ínfimo ya están subido a las redes.

Un canal de circulación digital ofrece certeras ventajas en cuanto a la respuesta que puede ofrecer, volviéndose un foco de atención para todos los agentes involucrados. El caso de los *booktubers* es bien distinto porque la crítica de un libro no caduca según se agoten los ejemplares del mismo (además, un libro puede ser prestado y releído, habilitando nuevas instancias reflexivas a partir de un mismo y único ejemplar, situación que no es análoga a los espectáculos de danza) ; incluso reeditar es en algunos aspectos más sencillo que reestrenar una pieza escénica y, con seguridad, cualquier cambio en el elenco o en la sala supondrá modificaciones más o menos sutiles en cuanto al objeto, que no son idénticas a las que supone la reedición de un libro. También habría que preguntarse si la venta de entradas es comparable o equivalente a la venta de ejemplares (ya sean impresos o digitales); pero está visto que son dos bienes culturales con características diferentes.

Aquí nos vemos, nuevamente, obligados a reflexionar respecto de la relación entre crítica y difusión, y si bien podríamos afirmar que la crítica no debería preocuparse por los efectos de su visualización en términos de su influencia en el éxito o fracaso comercial de un espectáculo (tampoco debería ser su objetivo el de exultar o defenestrar las obras), sí debería preocuparse por hacer una presentación lo más fiel y extensa posible de aquello que existe, sobre todo cuando se trata de una crítica que circule a través de un medio de comunicación cuyo supuesto objetivo es el de informar. De hecho, algunos periodistas sostienen que prefieren la entrevista por encima de la crítica, porque permite que sea el lector/espectador quien decida si lo que dice el artista respecto de su propia obra, efectivamente tiene relación con el objeto que presenta, de modo que, si bien guían el discurso a través de sus preguntas ejerciendo una posición activa en esa acción, podría decirse que la entrevista se encuentra más cerca de la difusión que de la crítica. No obstante, siguiendo con nuestra premisa inicial de asumir que siempre que haya reflexión también hay crítica, no tendría ningún sentido dejar de considerar la entrevista como una forma de crítica; de hecho hay muchos ejemplos de excelentes entrevistas que luego fueron publicadas en forma de libro –sobre todo pensamos en entrevistas a filósofos y pensadores–. Pero en su ejercicio cotidiano y publicadas en medios de comunicación masivos, muchas veces la entrevista constituye una forma de difundir – y por tanto apoyar– trabajos sin tomar el riesgo de decir nada al respecto, posiblemente porque, movido por diferentes cuestiones, al crítico le resulta más cómodo esto que decir lo que verdaderamente piensa de la obra.

Al respecto debemos decir –al menos– dos cosas más: en el medio local, críticos, artistas y espectadores comparten un juego en el cual, no sólo conviven en un mismo tablero, sino que frecuentemente intercambian roles; como hemos visto, muchas veces el crítico es además un artista. Ciertamente esto representa un riesgo para la crítica, pues debilita esa supuesta distancia analítica –que debería implicar la suspensión de los juicios de gusto, preferencias e intereses por parte del crítico– y pone en cuestión las afinidades que esta situación supone; es un hecho que estas relaciones –entre críticos y artistas, entre críticos y agentes de prensa, o entre agentes de prensa y medios– se consolidan de forma natural a través de los años y el trabajo sostenido, pues se trata de un ámbito relativamente chico.¹⁴²

En ese sentido, y partiendo de la base de que no existe tal cosa como la objetividad y que, en todo caso, sería deseable que un crítico sea un profesional en condiciones de separar sus pasiones de su compromiso y perspectiva respecto del arte, no habría nada más

¹⁴² Si bien los vínculos de cercanía pueden hacer que represente un desafío mayor suspender los gustos y afinidades personales, es algo que creemos puede lograrse interponiendo la metodología y la mirada analítica.

honesto para cualquier discurso crítico que exponer –y argumentar– a partir de las propias creencias, dejando aflorar una mirada singular respecto de la obra que se observa. A fin de cuentas, lo que todos comparten es el amor por una disciplina. Todo crítico que ha amado un espectáculo tiene el deseo consciente o inconsciente de que ese espectáculo sea visto y se convierta en un éxito. Por el contrario, muchas veces se encuentra con un espectáculo que no cumple con sus expectativas, ya sea porque sus rasgos (temáticos, enunciativos y retóricos) no se condicen con el modo en que esa producción se presenta a sí misma, porque no constituye un hecho artístico singular y único que proponga algo novedoso o inspirador respecto de una idea, porque no aprovecha en forma óptima los recursos disponibles (lo que puede llegar a ser especialmente decepcionante si esos recursos son un bien común, como un subsidio estatal o las instalaciones de un teatro oficial), o simplemente porque no llega a conmover a ese crítico que, en definitiva –y siguiendo a Seoane–, no es mucho más que un *espectador experimentado*, o bien, a partir de Ranciere, un *espectador emancipado*, en la medida de que ha aprendido a superponer su propia subjetividad sobre la obra que tiene delante. En ese caso, probablemente el crítico lo que más desea es que las artes escénicas sean algo mejor; que sean todo aquello que este espectáculo que lo ha decepcionado no ha logrado conseguir. Es en ese sentido que la crítica de artes escénicas no puede separarse de la difusión; no puede hacerlo desde el momento en que el crítico desea profundamente que el arte se desarrolle en su mejor potencia, que cada obra lo sorprenda gratamente, y que la cantidad de espectadores con los que comparte esa pasión, sea cada vez mayor, al igual que el prestigio y la relevancia que ocupa en el marco de la sociedad. En un sentido general y –tal vez algo cursi– es el bien que se le desea a todo aquello que se ama.

Esto implica un riesgo para la crítica, pero es uno entre muchos a los que la crítica siempre estará expuesta y que, al mismo tiempo, equivalen a un costo que hay que pagar para ganar otra cosa pues, habiendo aceptado que no existe algo tal como la objetividad del crítico –ni creemos que debería existir–, finalmente lo que nos seduce, lo que llama nuestra atención, es aquello que determinada persona pueda decir respecto de determinada obra; y ya no es “el crítico” sino “este crítico”, con un rostro, una voz y un nombre, escribiendo o hablando para un medio específico o por cuenta propia, abordando un objeto que, para muchos, tal vez implica una historia anterior entre ese crítico y ese artista.

Por lo demás, mucho hemos hablado del lugar de enunciación a construir, de la figura del crítico como un experto y de la instancia cuasi artesanal que supone el universo de producción *tuber*. Esto nos trae sobre lo que podría entenderse como una oposición entre experto y aficionado. En su libro “El artesano”, Richard Sennet sostiene que hay maneras sociables y maneras antisociables de ser experto:

La pericia sociable se dirige a los demás en el despliegue de sus perspectivas de la misma manera en que el artesano explora el cambio material; la habilidad de reparación se ejerce al modo del mentor; los patrones que sirven de guía son transparentes, es decir, comprensibles para los no expertos. La pericia antisocial humilla a los demás al tiempo que acosa y aísla al experto (Sennet, 2013, pág. 310)

En el producto que estamos diseñando, se construirá el lugar del crítico como el de un “experto” situado en el modelo sociable. Esto responde a la escena enunciativa que se pretende construir (con el humor y la cercanía, aspectos que vienen facilitados incluso por el dispositivo) y se relaciona directamente con aquello que Ana Durán señalaba al destacar la importancia de que nadie se sienta excluido “por no saber”; es decir, por no ser experto. Así es como el posicionamiento del crítico bajo el arquetipo o modelo de experto sociable, se presenta como el más propicio para la transferencia de conocimiento y para oficiar de puente hacia nuevos consumidores y consumidores no especializados.

Por su parte, dentro del universo *tuber* existen otros riesgos asumidos a partir del lugar de enunciación elegido para el despliegue del análisis de objetos culturales; por ejemplo, cierta posición ve en los *booktubers* una banalización de la crítica literaria y, por extensión, de la literatura:

Esta división estructural del campo, sumada a la polarización de la producción editorial en unos pocos conglomerados empresariales con alta concentración de capital y múltiples pequeños sellos independientes, nos ayuda a comprender la doble acogida que han tenido los *booktubers* en el campo. El polo más “purista” los desprecia por no tener credenciales académicas, por hablar desde el gusto personal y no desde la “argumentación”, y por hablar de contenidos considerados de “baja calidad”, como la literatura juvenil, el terror o la ciencia ficción. Los *booktubers* serían la confirmación de la peligrosa deriva cultural que nos lleva a la banalización de la cultura, la celebridad de la personalidad y la mercantilización de las relaciones sociales promovidas por el capitalismo tecnológico. El polo más comercial del campo, formado por editoriales que editan literatura infantil y juvenil, especialmente aquellas que son lo suficientemente grandes como para tener un Departamento de Marketing, ferias del libro y autores autoeditados, tratan desesperadamente de establecer alianzas con ellos para promocionar sus productos. Para este polo los *booktubers* son valorados por su capacidad de atraer lectores más jóvenes y son exaltados como ejemplo de “jóvenes que leen”. La industria editorial trata de establecer alianzas de cooperación con ellos para lograr sus propios objetivos de marketing. (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021, pág. 11)

La idea presentada aquí, también se ofrece contraria respecto del modo en que se desarrolla el mercado editorial y el del espectáculo, porque, en cierto sentido, resulta más

factible pensar un vínculo estrecho entre críticos independientes en un medio independiente y espectáculos independientes, que uno entre críticos independientes con los grandes espectáculos comerciales y oficiales (aunque esto ocurre). Desde luego, cuando un producto se convierte en un éxito inesperado, se producen situaciones que resultan extraordinarias respecto de lo que se observa como comportamientos habituales.

Esto mismo explicaría que los grandes diarios visibilicen principalmente las producciones comerciales y oficiales, en la medida en que, evidentemente, piensan –y a la vez estimulan– que eso es lo que consumen sus lectores, de modo que podría suponerse que no son los consumidores de contenidos *tubers* (los más jóvenes) quienes pagan los altos valores del teatro comercial o, al menos, no en forma frecuente. En cuanto a la idea del “purismo, la argumentación y las credenciales”, deberíamos preguntarnos si la pérdida de cierta formalidad, o la incorporación de nuevos elementos, incluso la anulación de esa usual despersonalización del sujeto de la enunciación que suele caracterizar a la academia y al periodismo, son en efecto un factor de radical importancia que pone en juego el valor que la crítica puede ofrecer o, más aun, si en vistas de una nueva forma de circulación y contacto, no llegan a jugar en contra de su propósito comunicacional. Desde nuestro punto de vista, decididamente no, en todo caso, consideramos que habrá que encontrar los mecanismos para establecer una sintonía entre los aspectos que consideramos fundamentales para este proyecto y lo que la crítica debería ser en función de las artes escénicas porteñas, en particular la danza, no olvidemos: su objeto primero.

Creemos también que nuestro objeto debería construirse en forma referencial pero sin necesidad de reproducir el objeto referido en forma total o parcial. Ya hemos discutido que existen diferentes posibilidades para la construcción de la crítica, también pensadas desde la posibilidad de que el consumidor puede no haber consumido el objeto que se aborda, sino solamente la crítica y, por lo tanto, devolviendo un poco la atención sobre la crítica en sí, pues para todo lo demás, existe el objeto artístico (así como dijimos que la entrevista puede permitir al lector sacar sus propias conclusiones sin una fuerte mediación por parte del entrevistador, podríamos pensar que el espacio para que el consumidor se encuentre con la obra es otro, y no el espacio de la crítica). En realidad, se trata de una decisión que responde al dispositivo; es regulatoria y es estética. En relación con el dispositivo, lo que eventualmente podrá haber es un registro de un fragmento (siempre incompleto, siempre parcial) de la obra de teatro o danza. Es regulatoria porque muchas veces no se puede reproducir sin permiso y es estética porque no habiendo garantías de que las condiciones de reproducción den cuenta adecuadamente de las propiedades de las obras, consideramos contraproducente incluir fragmentos de las mismas como parte del contenido producido. En todo caso, comprendemos que algunas imágenes fijas como fotografías o capturas de pantalla pueden funcionar de forma más

eficaz en su posibilidad de provocar interés y anclar lo que se dice a una imagen visual, que la reproducción efectiva de registros audiovisuales.

5.6. Consideraciones acerca de redes y los dispositivos que nos dan acceso a ellas.

Como hemos comprobado, en el relevamiento realizado, las propuestas ya existentes se despliegan tanto en Instagram como en YouTube, con distintas particularidades en cada red. Entender la dinámica de cada una de ellas ayudará a diseñar el nuevo producto, a definir si debe vivir en una o en otra, o en ambas y en este último caso, qué función cumpliría cada una en ese sistema.

Instagram es la red privilegiada para la comunicación de videos de corta duración, con carácter de resumen o incluso de invitación a ver contenidos más extensos en otras plataformas, como vimos es el caso de YouTube, en los que se despliega en su totalidad la argumentación, el relato o la reseña que cada uno de ellos lleva a cabo.

Estas particularidades observadas en los textos están vinculadas a su vez con hábitos de consumo relacionados con las plataformas:

- Instagram se consume casi en forma exclusiva en teléfonos celulares. Es una red a la que los usuarios ingresan por rutina, habitualmente varias veces por día. Dentro de Instagram, las *stories* ocupan un lugar destacado por su visibilidad: tanto por su ubicación superior en la interfaz, como por sus sistemas de alertas a los usuarios, que les avisan cuándo un usuario al que ellos siguen “ha agregado contenido a su historia”. En Instagram funciona la lógica del *compartir*: incluso si una persona no es seguidora de una cuenta, el funcionamiento de red puede hacer que “se encuentre” con los contenidos que han republicado sus contactos.
- YouTube es una plataforma de consumo audiovisual a la que habitualmente se entra a buscar un contenido específico que se desee. Tiene habilitada la opción de seguir un “canal” de un cierto usuario o una marca; a los usuarios que los siguen, la app también le brinda notificaciones, cuando éstos se encuentran usando el teléfono celular. Sin embargo, YouTube es multiplataforma: sus videos se consumen en computadoras, en celulares y, en forma creciente, en televisores inteligentes o Smart TV.

La presencia en ambas plataformas de los *tubers* o *influencers* se explica entonces por un funcionamiento sinérgico: Instagram es la plataforma que les da mayor visibilidad, en la que, por su funcionamiento, y por los hábitos de consumo, pueden salir más fácilmente al encuentro de los usuarios. YouTube, en cambio, es el espacio de aparición de contenidos más extensos, donde se despliegan argumentaciones, reseñas o, en general, desarrollos discursivos que requieren de una mayor duración.

Estas observaciones que hemos realizado en nuestro análisis son consistentes, a su vez, con una serie de recomendaciones que tanto Instagram como YouTube dan a sus

creadores y a sus anunciantes, en las que brindan orientación acerca de lo que ellos llaman “buenas prácticas” para la realización de contenidos (ver figura 5.4).¹⁴³

Así, YouTube recomienda:

- Comenzar con algo que llame la atención de inmediato, ya sea lo que se dice o una imagen impactante.
- Dejar en claro de qué se trata el video desde el principio, para que los espectadores no se confundan acerca de lo que están viendo.
- Anticipar el resto del video para que la audiencia se sienta intrigada por ver a dónde los lleva.
- Compartir la marca del canal más tarde.

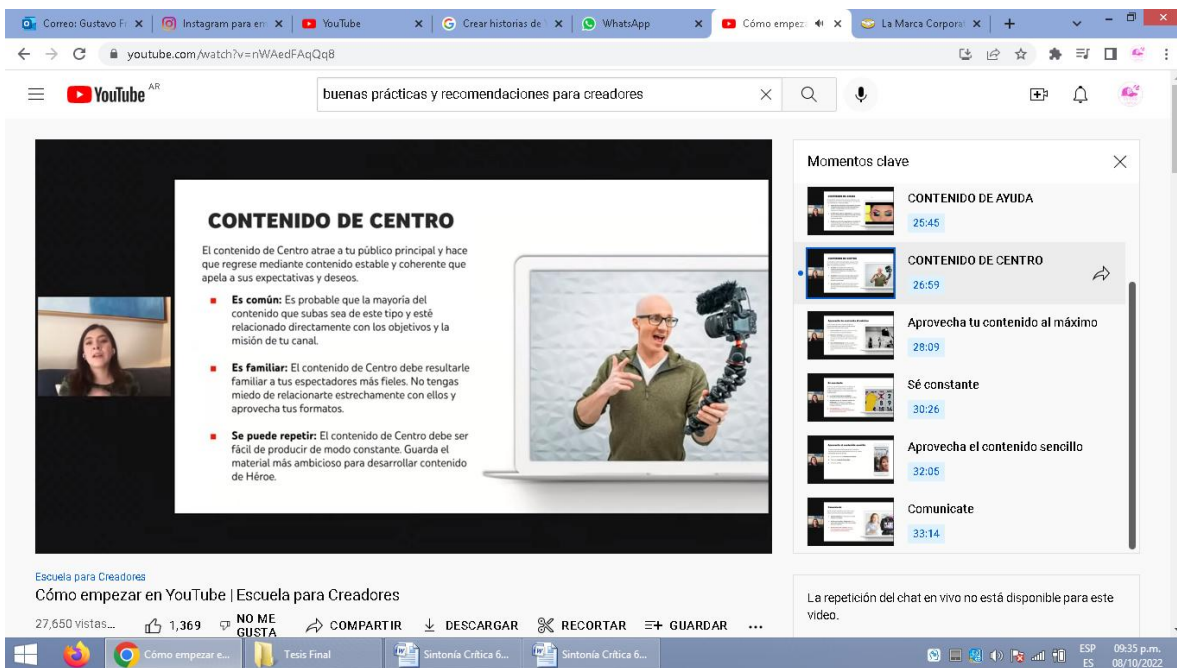


Figura 5.4. Recomendaciones de YouTube para la creación de contenidos (captura de pantalla). [vista: 8/10/2022]

¹⁴³ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=nWAedFAqQq8> y <https://business.instagram.com/instagram-post-tips> [vistas: 1/11/2022]

Encontramos la particularidad de que, mientras que algunas de estas recomendaciones son similares en una y otra plataforma, en otras, son disímiles. De aquí se desprende que el producto crítico que se desea diseñar adquiere una mayor complejidad: no se trata de un producto que vaya a vivir en una única red digital, *sino en dos*: Instagram y YouTube; ambas funcionando en forma sinérgica y complementaria. Esto le añade mayor complejidad a la instancia del diseño, puesto que se deberá trabajar sobre un producto compuesto a su vez por dos subproductos: los videos destinados a Instagram, y aquellos destinados a YouTube.

El producto crítico principal será, en todos los casos, el video de YouTube. Las oportunidades que hemos identificado para la crítica, de salir del lugar de una mera reseña o resumen de las gacetillas de prensa, implica un despliegue textual que disponga de suficiente espacio o duración para la realización de una introducción, una breve descripción de la obra, un análisis y algún tipo de conclusión. Esto no puede ser realizado en la duración que tiene una *story* de Instagram, ni tampoco en otros de sus formatos más recientes, como los *reels*.

Siendo que los videos de Instagram oficiarán siempre de algún modo en relación metadiscursiva con los de YouTube, en el proceso de producción efectiva de los videos, se deberán realizar siempre primero los contenidos destinados a YouTube. Estos videos deberán ser pensados con la posibilidad de tener un funcionamiento autónomo, puesto que los suscriptores del canal, o los eventuales usuarios que realicen búsquedas en esa red, podrán llegar a ellos en forma directa. Sin embargo, podrán funcionar también como ampliaciones o desarrollos de los videos menores, que –dándose el mismo discurso-objeto– aparecerán en Instagram. Estos últimos serán creados entonces con posterioridad y en forma complementaria, y funcionarán de resumen, adelanto e invitación a ver los videos de YouTube. A estos los llamaremos “cápsulas”, retomando una denominación que circula habitualmente en el ámbito del *marketing* y la publicidad digital. Si bien serán producidos con posterioridad, ambos contenidos deberán ser publicados casi en simultáneo (primero el video de YouTube, pero inmediatamente después el de Instagram). El video de Instagram deberá contener un enlace o hipervínculo al video de YouTube, al que invitará a ver. Esto significa que el proceso de producción será inverso al que se espera que realice buena parte de los usuarios, que encontrarán primero el video de Instagram (la cápsula), en formato de *story* y/o *feed* y clikearán en él para ver la crítica completa en YouTube.

Además tanto en Instagram como en YouTube, es posible escribir descripciones como complemento del contenido audiovisual, en el que sería útil incorporar la información técnica de cada producto abordado (fecha de las funciones y dirección de la sala, enlace

para compra de entradas, etc.). De este modo, toda esta información queda disponible de forma permanente y sencilla, sin ocupar tiempo de cada video.

El producto que estamos diseñando se inscribiría en la lógica de las producciones transmediáticas; como definía Jenkins, en estos tipos de producciones transmedia, “cada medio hace lo que mejor sabe hacer” (Jenkins, 2006[2008]:101)¹⁴⁴. Instagram “sale al encuentro” de los usuarios, los encuentra en sus consumos cotidianos, oficia de breve adelanto, se mira en los celulares. YouTube es el espacio de mayor despliegue y duración audiovisual; soportado en pantallas diversas, puede implicar otras escenas de expectación, requiere, en muchos casos, un esfuerzo mayor del usuario de ir en búsqueda de los contenidos. Así, nuestro producto se divide a su vez en dos subproductos.

Los dos subproductos estarían, a su vez, ubicados plenamente en el sistema de medios digitales. Mario Carlón explica que, en el mundo mediático contemporáneo, pueden identificarse dos sistemas de medios: el de los tradicionales, y el que tiene como base Internet, que nosotros hemos llamado aquí “digitales”: “(...) la sociedad hipermediatizada contemporánea, (...) a diferencia de las sociedades moderna y posmoderna posee dos sistemas mediáticos, el de los medios masivos y el de los nuevos medios con base en Internet y la telefonía celular (Carlón, 2018). El producto que estamos diseñando aquí propondría una circulación del tipo que este autor considera “horizontal”, es decir, entre redes sociales mediáticas, sin pasajes a los medios tradicionales. Eventuales retomas que puedan hacerse en estos productos de producciones de medios masivos tradicionales, o retomas que puedan llegar a hacerse de nuestro producto en medios masivos, generarían algún tipo de circulación vertical, sea ascendente o descendente, es decir, entre sistemas, o –al decir de Carlón– “hipermediática”.

En resumen, cada una de las emisiones de este nuevo producto crítico consistiría entonces en dos subproductos: un video más extenso de YouTube, y una cápsula de Instagram, ambos ubicados en plataformas propias del sistema de medios digital, entre las que se propondría un tipo de circulación horizontal, con dos escenas de consumo deseadas posibles:

1. el consumo inicial de la cápsula de Instagram, seguido del consumo del video de YouTube, al que se podría llegar a través un hipervínculo

¹⁴⁴ Jenkins se refiere en esta cita a la construcción de narrativas: “Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmediática, cada medio hace lo que se le da mejor” (Jenkins, 2006[2008]:101). Sin embargo, retomamos aquí esta idea para otro tipo de construcción textual; en este caso, de naturaleza crítica, y por tanto, predominantemente metadiscursiva, más analítica y argumentativa que narrativa. Sin embargo, también aquí pueden pensarse lógicas de tipo transmedial en el funcionamiento de los distintos canales o plataformas.

2. el consumo directo del video de YouTube, sea por visita directa al canal, o por sugerencia de una notificación u otro tipo de aviso en la plataforma (como los videos recomendados).

Desde luego, los usuarios podrán hacer otros empleos efectivos de estos recursos (por ejemplo, algunos podrán ver únicamente los videos de Instagram, sin hacer *click* para ver luego los videos de YouTube); sin embargo, estos dos recorridos mencionados serán los propuestos desde el diseño del producto, y los sugeridos desde la superficie textual.

De todas estas consideraciones, se desprenden varias cuestiones atinentes al diseño de cada uno de estos dos productos, que presentamos a continuación:

Cápsulas de Instagram

- Corta duración
- Formato vertical
- Inicio que atrapa/captura/llama la atención
- Invitación explícita a ver el contenido más extenso en YouTube
- Inclusión de un enlace o hipervínculo siempre presente en la story, para que el usuario pueda cliquearla en cualquier momento.
- Debe generar algún tipo de expectativa, curiosidad, interpelar con una respuesta o develación que encuentre su respuesta en el video más extenso de YouTube

Videos de YouTube

- Contenido más extenso: implica todo el despliegue de la crítica
- Formato apaisado, que es el recomendado para computadoras y Smart TV, y a su vez compatible con teléfonos celulares.
- También debe contar con un inicio que atrapa/captura/llama la atención. Esta suerte de *captatio benevolentiae* (al decir de Aristóteles en su *Retórica*) debe estar presente también en estos productos, puesto que pueden ser consumidos en forma autónoma, y también deben lograr retener al usuario en los instantes iniciales, tal como se recomienda.
- En el cierre, invitación a comentarios y suscribirse al canal.

De modo que, si bien se expresa una relación de lógica continuidad entre los dos subproductos, las diferencias de formato entre plataformas hacen que sea necesaria una cierta autonomía en cuanto al contenido y el formato de uno y otro, elaborándolos según las reglas singulares que operan en YouTube e Instagram. En su libro, Zelcer expresa de forma clara y sintética el surgimiento del formato de imagen vertical, que “es la disposición propia del modo en el que se sostienen los teléfonos celulares, e implica una

ruptura en una historia en la cual los formatos apaisados u horizontales dominaron la escena, desde el cinematógrafo, hasta la televisión y las computadoras personales” (Zelcer, 2020):

Esta historia del predominio de la horizontalidad se bifurca desde el momento en que los *smartphones* se expanden en el uso cotidiano como la cámara más empleada: mientras que en las computadoras y los televisores el formato apaisado permanece y se extiende en las pantallas *wide* (cada vez proporcionalmente más anchas), en la producción de fotografías y videos con teléfonos celulares aparece el uso del formato vertical, dominante en las *snaps*. El formato vertical es, en forma evidente, una restricción técnica que proviene de la forma de las pantallas que se ha terminado por imponer como la dominante en estos teléfonos celulares. (Zelcer, Devenires de lo fotográfico, 2020)

Rottman hace referencia a esta misma cuestión y además sostiene que:

Una investigación urge a los medios a imitar el ejemplo de Instagram y rotar de la proporción 16:9 (horizontal) a la proporción 9:16 (vertical). Genera más engagement, menor CPC y se ve mejor en los celulares. Lo que solía verse como una anomalía (la gente olvida poner su teléfono en horizontal para filmar) terminará siendo la norma: unos 1.000 millones de personas ya filma en vertical dentro de Instagram y de WhatsApp. Y hasta YouTube tuvo que adaptarse a mostrar videos verticales sin franjas. (Rottman, 2020)

Siguiendo las recomendaciones de YouTube para sus creadores, consideramos la importancia de capturar la atención de la audiencia en los primeros segundos como un factor de relevancia aplicable también en la confección de las capsulas pensadas como promocionales para Instagram, cruciales para captar la atención del usuario y evitar se "tapeado", "scrolleado" o "skipeado".

5.7. Consideraciones respecto del aspecto económico alrededor de la crítica

En otra área de afectación de nuestro asunto, debemos referirnos a la dimensión económica en torno de la crítica. Al igual que en múltiples aspectos de nuestra vida social, el dinero ejerce sus presiones e influencias y afecta en forma directa o indirecta el desarrollo de casi todo cuanto hacemos; la crítica no es la excepción. Santiago Fondevila lo expresa con claridad cuando se refiere a su experiencia en el diario español *La vanguardia*, y explica cómo la venta de espacio publicitario afecta directamente al buen desarrollo de la crítica, cuanto menos, en función del espacio que le quita. Sin embargo, esto merece ser revisado en términos de los nuevos medios, en particular, atendiendo a las redes sociales y sus formas de producir rédito, en la medida en que el mecanismo de monetización de los contenidos es distinto y, como veremos, se expone abiertamente ocupando un espacio dentro de los mismos.

Normalmente las críticas suelen ser artículos pagos, es decir, que todo crítico o periodista cobra por su publicación y esto, que en cierta forma puede incomodar porque nuestra sociedad tiende a romantizar tanto el arte como el conocimiento, construyendo una percepción social predominante del trabajo artístico como “una actividad asociada a ciertos ideales de vida bohemia, de libertad más o menos ociosa, de esfuerzo eventual, en la vereda opuesta del trabajo sistemático que requieren otras profesiones u oficios, reglados por horarios y sometidos a variables de eficiencia” (La voz, nota de la redacción, 2020), a su vez tranquiliza sobre el supuesto de que no hay una relación directa –en términos económicos– entre el crítico y su objeto, porque en todo caso, quien paga es el medio que publica, y –como suelen expresar– la opinión corre por cuenta del crítico y no necesariamente refleja la del medio. Si existen eventuales presiones o regulaciones internas por parte de los medios para con sus colaboradores, han quedado por fuera de nuestra investigación y, en todo caso, nunca podríamos generalizarlas.

Además, tal y como lo referimos anteriormente, tanto en los medios tradicionales cuanto en los nuevos medios, el ejercicio del análisis crítico viene siempre ligado al de la difusión; en la medida en que se está dando a conocer un espectáculo también puede haber cierto efecto sobre la venta de entradas del mismo pues, en última instancia, no deja de tratarse de un producto a la venta: si lo que se vende no es la obra –como puede hacerse con una pintura o una pieza física– en cambio se están vendiendo entradas para verla.¹⁴⁵

Posiblemente, la crítica académica sea la que se mantenga a mayor distancia en relación con estas cuestiones pues sus dependencias económicas suelen vincularse a universidades u organismos de financiación pública o privada y –podríamos argumentar– en muchos

¹⁴⁵ En ocasiones también pueden venderse funciones privadas

casos, no se ocupa tanto de obras sueltas sino de conjuntos de obras reunidos en corpus a partir de objetivos de investigación. No obstante, acceder a este tipo de financiamiento supone la adecuación a algún tipo de interés y requerimientos suscitados por dichas instituciones. En cualquier caso, en lo que refiere al terreno de las artes escénicas y, al menos mientras los objetos en cuestión sean piezas que se encuentren “en cartel”, siempre existe esa afectación ejercida por carácter transitivo a partir de la notoriedad que se da a un objeto, sembrando –en el mejor de los casos– una inquietud al respecto del mismo y, en consecuencia, un incremento en la venta de entradas.

En el universo *tuber* los auspicios pueden generar otro tipo de conflictos de interés. Los *booktubers* hablan sobre libros que les envían las editoriales y los *cooktubers* crean contenidos específicos relacionados con sus anunciantes. Paulina Cocina tiene una serie llamada “Manual de Supervivencia” que se encuentra patrocinada por el supermercado Día, que es “*Sponsor* oficial de la serie”. Los capítulos incluyen escenas grabadas en las instalaciones de dicha cadena¹⁴⁶ y algunas recetas están basadas en productos específicos de su marca o de algún otro auspiciante. En ciertos videos se incorpora también una plantilla con los logotipos de los diferentes *sponsors*.

Otros medios que circulan en la misma plataforma lo han resuelto de otra manera. Ivana Szerman, conductora del ex *País de Boludos a la tardecita* y de su sucesor *Mate News*,¹⁴⁷ destina un fragmento de cada emisión a recordar y solicitar el aporte económico que los sostiene como medio independiente. Szerman se refiere en el episodio del *podcast* que conducía junto a Nico Guthmann; *¿Cómo le explico a mi alien?*, a las implicancias de constituirse como medio independiente y las incidencias del factor económico a la hora de generar contenidos:

No dependés de un rating estricto, de una pauta oficial o de una corpo, pero dependés de unas corpos enormes, mucho más grandes: YouTube, Instagram, Facebook son directamente la *matrix* (...). Se desmonetizan los videos que hablen de Covid, aborto, drogas, etc. “En este video no se muestran anuncios o se hace de forma limitada por que se ha detectado que el contenido no es adecuado para la mayoría de los anunciantes”. Si vos dependes de esa guita es una forma de censura que te impide hablar de determinados temas. (Szerman, 2021)

Es en ese sentido que Szerman defiende y apuesta por el sistema de comunidad, señalando que resulta mucho más alentadora la dependencia del aporte de “gente que te banca y que quiere escucharte y consumirte porque cree en cosas parecidas a vos, o en cosas distintas pero que le sirven, y les conmueve que hables de lo que creés de verdad”.

¹⁴⁶ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=kqDoAVgfvwk> [vista: 16/9/2022]

¹⁴⁷ Ver: https://www.youtube.com/channel/UCTIUJTm5qFRLyISJ_8KS34A [vista: 16/9/2022]

Pero si bien la colaboración directa de los consumidores como fuente de financiamiento parece resolver un aspecto del conflicto de intereses, también evidencia que siempre existe algún tipo de dependencia porque, aun en este caso, la continuidad del proyecto depende de que el producto guste; ya no basta con que el crítico (como el *youtuber*) presente un objeto que sea fiel a sus ideas y principios, sino que además debe ser del agrado y cumplir con las expectativas de su público. Esto parece una obviedad; tampoco un periódico publicaría artículos de un autor si supone o comprueba que a sus lectores no les gusta cómo escribe dicho sujeto, pero en YouTube el conflicto se vuelve más radical en la medida en que, en buena parte, lo que se está vendiendo es la honestidad y singularidad de quien habla, su punto de vista personal antes que la sujeción al gusto del espectador (podríamos decir que, al tratarse de un producto elaborado a partir y alrededor de un sujeto, se supone, el consumidor lo mira porque le gusta y se identifica con la propuesta del *youtuber* y no al revés; es decir, que el *youtuber* produce según lo que identifica como el gusto de su espectador). A partir de que, en muchos casos, el *youtuber* se presenta con todas sus cualidades y características enunciativas desde el espacio privado de su habitación, la expectativa puesta en él como individuo es mucho más exigida que la que se deposita sobre aquel que firma una nota en un diario; puede tratarse de una misma persona, pero existe una diferencia sustancial entre oírlo y verlo en su propia casa –y a partir de ello, la ilusión de contactar con él con cierto grado de intimidad– frente a lo que implica la lectura de un texto escrito que no revela esa instancia más personal que habilita un video casero (no nos permite saber dónde fue escrito, si era de día o de noche, si el autor del texto estaba triste o alegre, etc.). En general, podríamos decir que, en estos casos, YouTube habilita una escena de enunciación más cercana, que se monta habitualmente sobre una promesa de sinceridad y autenticidad: el *youtuber* nos abre su espacio y se muestra tal como es y como se siente en cada momento, lo que, sumado a la posibilidad de “ser contactado” (porque al estar suscripto y activar los “alertas”, el usuario recibe una notificación cada vez que hay una “novedad”), produce un efecto de familiaridad que acrecienta ese sentido de pertenencia y cercanía con su audiencia y que colabora con la construcción de ese sentido de comunidad al que se refiere Szerman.

Si bien en términos de comunicación, deberíamos hablar de una relación de uno a muchos, la narrativa que se construye es de familiaridad y confianza, un trato más personal. De hecho, mientras que algunos *youtubers* utilizan el nosotros / vosotros inclusivo, reforzando la idea de comunidad, otros se dirigen a su enunciatario hablando directamente en segunda persona del singular, por ejemplo: “suscríbete” o “dejá tus comentarios”. Del mismo modo que opera la identificación por generación, estilo, gustos e intereses, lo que se construye es una comunicación de persona a persona, que se valida en el hecho de que lo que supuestamente ofrece el *youtuber* mediante sus videos es su una

toma de posición auténtica y personal. Así, Scolari y Fraticelli definen el contacto *youtuber-espectador*:

...promueve el efecto enunciativo de que mira a los ojos de cada uno de los espectadores, generando una tensión entre el carácter público del intercambio y el contacto interindividual (...) la enunciación del contacto con acento en la función emotiva propone una escena de intercambio en el que el enunciador *youtuber* y el enunciatario espectador se construyen como individualidades. (Carlos Scolari y Damián Fraticelli, 2016, pág. 12)

Otro dato interesante que habilita este tipo de contacto en cuanto al intercambio económico es que, si bien canales como *País de boludos* y *Mate* permanentemente invitan a sus suscriptores a colaborar direccionándolos a un sitio web externo creado exclusivamente para cobrar esos aportes (esporádicos o regulares con un monto fijo), algunos canales como el de Antonio García Villarán, han incorporado a la botonera de sus videos en YouTube la opción de “Gracias \$” que, al ser tocada por el puntero expresa: “muestra tu apoyo con *super thanks*”, invitando a colaborar con montos estipulados entre 20 y 500 pesos argentinos,¹⁴⁸ bajo la promesa de publicar el agradecimiento con el nombre del usuario y el valor aportado.

En la Argentina, la productora de televisión Pol-ka instaló en los años '90 un modelo de patrocinios que incluía –muchas veces en forma grotesca– las marcas y productos auspiciantes como objetos incorporados a la trama, implementando una novedad respecto del modo de hacer auspicios en varios géneros ficcionales televisivos, que anteriormente guardaban algún tipo de sutileza o bien, no formaban parte del contenido explícito de la ficción, sino que aparecían con una placa antes o después del capítulo emitido. Programas de otros géneros, siempre nombraron a sus auspiciantes en forma directa o, incluso, algunos de entretenimiento los hacían parte activa de sus juegos, como da cuenta de ello la famosa expresión: “Alcoyana- Alcoyana, La Morenita-La Morenita” que popularizó Berugo Carámbula, a través de un juego de memorización y coincidencias, en su ciclo “Atrévase a soñar”.¹⁴⁹ En todo caso, *youtubers* e *influencers* adoptan algo de estos formatos de auspicio exhibiendo este vínculo económico como en una especie de acto de honestidad que, visto desde esa perspectiva, se condice –aunque sin dejar de constituir un conflicto– con esa promesa de autenticidad que proponen en su contrato tácito con sus seguidores; como si expresaran: “aquí no hay nada que ocultar, vivimos de estas marcas, y si vienen más, ¡mejor!”

¹⁴⁸ Montos correspondientes a marzo de 2022.

¹⁴⁹ Ver <https://www.youtube.com/watch?v=H3gwAmihcbY>, en el programa “Perdón Centennials” del canal de Pablo Molinari. Alcoyana es una marca tradicional de artículos de blanco en Argentina, mientras que La Morenita es una conocida marca de café.

En principio, parece difícil imaginar algún tipo de patrocinio para un canal digital acerca de crítica escénica enfocado en la producción local independiente, que no esté directamente vinculado con los propios circuitos de distribución y consumo. No obstante, nos resulta interesante destacar el hecho de que, si bien no existen tantas marcas que pudiesen pensarse como sponsors en virtud de su relación temática con el contenido de un canal de crítica de danza –como sucede con los ejemplos citados entre *cooktubers* y *booktubers*– sabemos que revistas como *SobreBue*, *recomendador de artes y espectáculos*, supieron tener grandes patrocinios de marcas como Citroën, Fernet Branca y Adidas, abordando producciones artísticas que no estaban ligadas temáticamente a ellas (industria automotriz, bebidas alcohólicas, indumentaria deportiva, respectivamente). Curiosamente, estas empresas redujeron sustancialmente sus aportes cuando la publicación dejó de imprimirse en papel, aunque en este caso, ese proceso coincidió con el inicio de la pandemia y la reducción de la cantidad de propuestas culturales. Por otra parte, *SobreBue* nunca llegó a diseñar un portal digital atractivo, moderno e interactivo, sino que se limitó a mantener una primera y única versión de *website* que funciona únicamente con el fin de contener en forma digital, los mismos contenidos que se imprimían originalmente en papel; si bien es posible verla desde cualquier *Smartphone*, nunca lanzó una versión diseñada y adaptada específicamente a tales dispositivos, volviéndose un tanto obsoleta. En cualquier caso, el ejemplo nos sirve para demostrar que si se elige el sistema de sponsors o patrocinios, el interés de las marcas no tiene que estar necesariamente relacionado temáticamente con el contenido, e incluso, que esta distancia permite evacuar cualquier tipo de cuestionamientos en relación con los intereses comprometidos en cuanto a los objetos que son seleccionados para realizar y crítica y el tipo de crítica que se haga.

En cuanto a la propuesta que estamos diseñando, hemos decidido no ocuparnos de sus posibilidades de producir rédito económico. Dado que se desarrolla como proyecto académico y que contó con una beca para finalización de maestría, consideramos que el diseño de la propuesta sólo debe atender a los contenidos y formatos de producción. Si bien comprendemos que la planificación y obtención de réditos económicos que sostengan la producción del mismo a largo plazo constituyen un aspecto fundamental a la hora de considerar su continuidad, también entendemos que es una cuestión que excede esta instancia.

En todo caso, el producto podría no estar sujeto a exigencias de generar rédito económico, y sostenerse como un espacio sin fines de lucro, que eventualmente puede generar algún beneficio económico en forma secundaria o indirecta (como la obtención de visibilidad de sus hacedores, que después habilite su desempeño en otros espacios rentados).

Sin embargo, en muchas ocasiones (como lo muestran varios de los *tubers* reseñados) existen distintos mecanismos de monetización que podrían implementarse sobre este producto, sin alterar las características generales de su diseño. Entre las diferentes maneras posibles de generar algún rédito se cuentan las siguientes:

- Trabajar con esquemas de monetización de las plataformas, que les dan a los así llamados “creadores” parte de los ingresos que generan incluyendo publicidad junto a sus videos.
- Posicionarse como “influencer”, y a partir de ello, cobrar a los anunciantes por generar contenidos que ayuden a divulgar o dar visibilidad de sus obras (u otros productos afines).
- Conseguir auspicios para el canal, sea de organismos públicos o de empresas que dispongan de subsidios para la promoción de la actividad cultural.¹⁵⁰

Estas se presentan sólo como posibles líneas de trabajo pero el diseño presentado aquí – en concordancia con su plan de tesis– no incluyó los aspectos referentes a la construcción de este producto como un negocio, algo que sin embargo podría ser desarrollado en el futuro.

Como observación final respecto del tema, debemos asumir que existe cierta tensión entre la valoración simbólica y el rédito económico, que se revela en la relación entre el prestigio y la posibilidad de generar ingresos que suponen las diferentes categorías del arte. Esta situación es abordada por los autores que analizan el mundo *booktuber* quienes sostienen que:

El campo literario, como otros campos de la producción cultural, como decía Bourdieu, se distingue por tener un sistema de valores invertidos: la creación desinteresada –el arte por amor al arte – es el valor supremo, y el intercambio comercial es visto como sospechoso o como una traición. En la jerarquía tradicional del campo, el poeta, que gozaba de mucho prestigio simbólico pero poco éxito económico (sus libros apenas se venden), ocupaba un lugar de privilegio; al poeta le siguió el novelista, que combinó un poco de ambos mundos; y en último lugar estaba el escritor de “entretenimiento” –un guionista, un dramaturgo, un escritor de best-sellers– que puede ganar mucho dinero pero no tiene el estatus de un “verdadero” artista. A veces, ni siquiera recibe crédito como autor. (Carlos Scolari, Damián Fraticelli y José Tomasena, 2021, pág. 10)

Esta caracterización nos seduce porque además de evidenciar el aspecto tabú de la dimensión económica que atraviesa el arte, nos sirve para pensarlo en función de los

¹⁵⁰ De hecho, la propuesta del canal recibió una Beca Creación 2022 para Desarrollo de proyectos, del Fondo Nacional de las Artes, con el objetivo de llevar adelante el proceso de creación y diseño de formato, para ejecutarse en un plazo de entre 3 y 5 meses entre fines del año 2022 y comienzos del 2023.

diferentes tipos de estética y poética atribuibles a cada circuito de la producción escénica –y del rédito que suponen– pudiendo hacer lo propio (de una manera menos obvia y directa) con los diferentes abordajes desde la crítica: pensar las valorativas como las más banales y con mayor capacidad de rentabilización, y las académicas como las más prestigiosas. Esto sería análogo a considerar los diferentes perfiles de crítico de arte en términos de poeta, novelista y entretenedor según el tipo de publicación que cada uno produzca y el tipo de objeto que aborde.

6. Sintonía Crítica

Desde un principio y como nos hemos propuesto dejar en claro, uno de los objetivos principales al iniciar este trabajo, siempre fue garantizar que no se convirtiese en una investigación exclusivamente teórica. En todo caso, nos propusimos efectuar un relevamiento del estado del arte y la construcción de un marco teórico que nos permitiese indagar sobre la hipótesis de que la crítica de danza en nuestro panorama local no alcanza a cubrir todo lo que sucede en esa materia en nuestra ciudad y, a partir de ello, diseñar una propuesta concreta a modo de ejemplo posible, que pudiera establecer contacto con una audiencia potencial de interesados en las artes escénicas, más allá del contexto académico. Sin lugar a dudas, las artes del movimiento se encuentran entre las disciplinas artísticas que han producido mayor evolución, crecimiento y diversidad, al centro de las manifestaciones vivas del universo cultural de la Ciudad de Buenos Aires y, sin embargo, la crítica que de ellas se ocupa no ha logrado conquistar un lugar de relevancia que acompañe el desarrollo de esas producciones ni que favorezca al vínculo entre estas y su público potencial. Por lo tanto, podría decirse que su incidencia es limitada, al menos, si pensamos en el impacto potencial que podría tener. La crítica acaba circulando casi exclusivamente en el interior de la comunidad artística, de modo que la falencia que encontramos en los formatos, contenidos y circulación de la crítica, hacen que también fracase –en parte– su aspecto de difusión dejando a la danza en la posición de una disciplina que, al mismo tiempo que da cuenta de un gran desarrollo y despliegue, mantiene su circulación, predominantemente, dentro de un segmento relativamente acotado de la sociedad. Como hemos visto, estas zonas de vacancia que identificamos dan lugar a un reclamo explícito por parte de los propios artistas.

En redes sociales y plataformas digitales la posibilidad de comentar o dejar una respuesta está al alcance de la mano de cualquier usuario, como se observa en las múltiples réplicas que tienen muchas de las publicaciones que se analizaron y ese comportamiento da cuenta de un interés latente. Nuevamente, la crítica debe vincularse de forma efectiva con las obras y con los consumidores de arte, poniendo el foco también en su responsabilidad y en la posibilidad que tiene de despertar ese interés en un consumidor en potencia, es decir, de acercarse a una audiencia que no ha manifestado aún su interés por el arte e, incluso, su interés por la crítica. El cumplimiento de estos objetivos requiere una acción que involucra también a los medios: la crítica debe salir al encuentro de su consumidor.

Por decirlo de un modo poético, consideramos que la palabra crítica quema en algunos labios, que a muchos les aburre (espectadores, artistas e incluso críticos) y que, además, carga con todo tipo de prejuicios y estereotipos arraigados acerca del género y del imaginario sobre la figura del crítico de arte, lo que le juega en contra a la hora de ocupar

una mejor posición respecto de sus posibilidades de constituirse en una disciplina relevante para el arte y sus distintos agentes involucrados. Por lo mismo, sostenemos que una nueva propuesta debería construir un nuevo modo de ser, a partir de una postura relajada, divertida, honesta y personal, apoyada en la reflexión y el conocimiento probado acerca de la materia. Muchas veces a lo largo de estas últimas páginas, nos hemos referido a esta cuestión, poniendo el foco en determinadas características más bien sociales que debería tener el anfitrión de la propuesta; el *youtuber*, quien debería presentarse como una persona con cierto “reconocimiento” en la comunidad de la danza, o que pudiera dar cuenta de un saber específico e, idealmente, validado por alguna institución formal. Sin embargo, lo que en realidad constituirá su valor y su peso real, será su capacidad de construir y mostrar este conocimiento no como una exposición y un despliegue de saber sino como un bien aplicado, con el objetivo de hacer reflexionar y disfrutar a su audiencia, activando y/o completando sus propios conocimientos o experiencias respecto de los contenidos abordados.

Originalmente, la idea de sincronía crítica tenía que ver con "calibrar" la cuestión de la temporalidad de las críticas en relación con las puestas efectivas de las obras. Sin embargo, hecho el repaso que propone la tesis, encontramos que la propuesta debía abordar no sólo el aspecto de la temporalidad sino también, y especialmente, el modo en que la crítica y los medios se vinculan con las diferentes obras ejecutando diferencias sustanciales según el circuito de producción de cada una y afectando, de este modo, la relación entre las obras artísticas y la crítica y, por sobre todo, el modo en que las producciones artísticas llegan a los espectadores o potenciales espectadores a través de ellas. Es precisamente ese conjunto de cosas el que tiene que "sintonizar" con la producción de artes escénicas de la Ciudad de Buenos Aires, de modo que entendimos que resulta más adecuado el término "sintonía" antes que el de sincronía (en verdad, podríamos decir que es una sintonía que abarca una sincronía). Además, en términos de la probabilidad de apropiación de un nombre de marca por parte de las audiencias, "Sincronía crítica" puede resultar más complejo de pronunciar y retener debido a la unión de las letras CR presente en ambas palabras, mientras que “sintonía” es un término más simple, más conocido, y por tanto, probablemente más recordable.

Sugerimos, entonces, “Sintonía Crítica” como nombre de marca / del canal; una variación a partir del título que se había elegido para la tesis. Lo recuperamos aquí en parte porque, además de la sintonía, incluye la palabra “crítica”, lo que indica con claridad qué es lo que el usuario encontrará en el canal; es una explicitación de la inscripción genérica, y siguiendo a Oscar Steimberg cuando dice que los metadiscursos de los géneros son compartidos en producción y reconocimiento (Steimberg, 2013), podemos suponer que en este caso debería funcionar bien.

Además, la idea de “sintonía” que orienta la propuesta en el sentido de coordinar las dinámicas y temporalidades de la crítica con sus objetos, también tiene un juego con la acción de “sintonizar” los viejos medios de ondas hertzianas: la radio, la televisión (así se decía, y aún a veces se dice: “sintonizar” un canal de TV o una emisora que se quiere ver); entonces metaforiza con cierto tono “retro” la acción de elegir una emisora o un canal para consumir, a la vez que se propone como una alternativa a aquellos medios: se puede sintonizar la TV, pero también se puede “sintonizar” “Sintonía Crítica”.

La idea de sintonizar se ajusta con bastante precisión a la necesidad de encontrar una nueva propuesta que articule todo aquello que creemos debe ser la crítica con las dinámicas con que se mueven sus objetos y los mecanismos, modos y tiempos de producción y distribución de textos de la era digital. Cuando este proyecto nació, muchos de los medios a los que nos referimos seguían erigiendo con orgullo su cuerpo de papel; nosotros mismos nos reconocemos románticos amantes de las publicaciones impresas, de la revista como un objeto que puede sostenerse entre las manos y ser coleccionado; sin embargo, eso no quita que sea tiempo de admitir su obsolescencia en términos del valor que supone hoy la socialización inmediata de un objeto. Nos referimos a su capacidad de impacto a la mayor velocidad posible y aquello que es esperable como parte de las nuevas formas de consumo, en las que se valora especialmente la posibilidad de elegir puntualmente los temas y productos de interés sin que esto implique agotar el volumen o número completo que los contiene, ya sea que se trate de una publicación impresa, sonora o audiovisual. Si bien podríamos decir que otra de las características más valoradas en la actualidad, es la capacidad de síntesis –hay todo un movimiento de contenidos audiovisuales breves como *TikTok*, *reels* de *Instagram*, *shorts* de *YouTube*– también es cierto que para alcanzar cierta profundidad en el abordaje es necesaria una mínima extensión en el desarrollo que implica algún tipo de compromiso con el material que el consumidor selecciona. En cualquier caso, si bien el tema de la extensión entra en juego, lo que se pone de manifiesto es la sujeción a un tópico muy delimitado y una manera igual de específica o singular de abordarlo, en oposición a las generalizaciones temáticas. El ejemplo más claro de esto es la creciente preferencia de las audiencias más jóvenes, que a la hora de elegir entre escuchar un *podcast* o un programa de radio, optan por lo primero.¹⁵¹

¹⁵¹ Según la revista Forbes Argentina “Entre los millennials y la Generación Z, el 40% calificó su confianza en los podcasts por encima de su confianza promedio en las fuentes de medios tradicionales, incluidas las noticias de la televisión nacional, los periódicos y la radio”. Ver: <https://www.forbesargentina.com/today/oficializan-nueva-tarifa-energia-electrica-aumento-27-ciento-categoria-residencial-n24341> [vista: 3/11/2022]

Estas nuevas formas de contacto, implican además la consolidación de una comunidad como un sentido de pertenencia. Si bien aspiramos a que esta propuesta abra el juego de interés como un espacio de mediación a nuevos públicos, también hemos podido reconocer que lo esperable es que los primeros consumidores, comentaristas y compartidores serán los propios artistas, maestros, estudiantes de danza, gestión y producción y sus amigos, etc., de modo que la idea de comunidad se propone como una instancia que antecede a la del mundo *tuber*, y que podríamos denominar en términos amplios como “la comunidad de la danza de Buenos Aires”.

Una de las cuestiones que se ha puesto de relieve, como una pregunta recurrente, es cómo llegar a una crítica que suscite interés, que desarrolle, profundice y sea capaz de crear nuevos sentidos respecto de las obras; pero al mismo tiempo, cómo hacer para que el tono enunciativo descontracturado o el “yo” como lugar de enunciación, no debiliten todas esas características que esperamos de la crítica (pensando, por ejemplo, en aquello que se juzga respecto de los *booktubers* cuando se sostiene que banalizan la actividad). Realmente consideramos que ambas cuestiones no están necesariamente ligadas; si bien la enunciación no es algo que pueda separarse del objeto, como si pudiéramos quitarle capas, sino que se trata de un entramado, el lugar del “yo” nos brinda la posibilidad de llegar más carismáticamente a la audiencia, facilitando y aumentando las posibilidades de que presten más atención y que completen la visualización del total del contenido. Además, no deberíamos perder de vista que la enunciación excede al presentador, a ese “yo”: cada video producido tiene su “enunciación”, que es audiovisual (Metz, 1991), y ese “yo” queda a su vez enunciado por la enunciación del texto, que lo abarca.

Finalmente, y atendiendo a la preocupación que señalaban algunos de los autores que se ocuparon de analizar a los *booktubers*, la propuesta que aquí se presenta lejos está de banalizar la crítica, a pesar de que tenga un formato novedoso o una enunciación descontracturada. No creemos que esas particularidades impliquen necesariamente una banalización; antes bien, creemos que la crítica se banaliza cuando evita poner en juego operaciones que le son indispensables para fomentar la reflexión acerca de cada pieza en su contexto determinado. Más aún, encontramos necesaria la posibilidad de incorporar nuevas vías de ejecutarla, asumiendo el riesgo que supone poner a prueba algo nuevo o poco habitual. Así, Paulina Cocina, da rienda suelta a su “boluda interior”, pero al final de cada episodio nos ofrece una buena receta que es posible de hacer, junto con varios consejos útiles; de modo que su producto funciona no sólo porque Paulina es graciosa, divertida y produce su contenido para que sea visto a través de las plataformas más novedosas, sino porque también, además de entretener a su audiencia y considerar cómo llegar a ella de un modo atractivo y convocante, con cada emisión le brinda un servicio útil y muy concreto, y no pierde de vista el acuerdo tácito de enseñar a hacer una receta.

Así es que consideramos analizar y proponer las condiciones que debería adoptar la crítica para no perder consistencia, pero tampoco popularidad y contacto con todo lo que la circunda y con lo que es su objeto de interés. Identificamos ciertos rasgos que deben ser tenidos en cuenta y que constituyen un modelo que creemos hoy funcionaría y sería de utilidad e, incluso, capaz de sorprender. Creemos en una crítica lúdica pero sustancial, comprometida con su propósito de instar a la reflexión, conectada con las demandas de los múltiples sectores con que se relaciona o en los que hace falta, capaz de pensarse a sí misma conforme piensa a su objeto, capaz de equivocarse y transitar el error como parte esencial de todo proceso vivo. Una crítica que no puede ser aleccionadora, ni estática ni dogmática. Sennet, a quien hacíamos mención recientemente, trae otra idea que se complementa muy bien con estos conceptos: pensar el producto como algo que se está construyendo y que no aspira a ser perfecto y acabado de una vez, sino que va evolucionando y que tiene vida y, en ese sentido, nos es posible presentar Sintonía Crítica como un proyecto inicial que luego podrá tener su propio devenir.

En lugar de aspirar a lograr algo completo y acabado de una vez, habría que construir una estructura provisional que comenzará con un esbozo y fuera capaz de evolucionar (...) se desea una institución viva, pero es imposible construir una institución así con la pretensión inacabable de la perfección. (Sennet, 2013, pág. 323)

6.1. La creación del canal y sus primeras publicaciones

En el caso de Sintonía Crítica, la primera acción fue crear un perfil de Instagram y un canal de YouTube (Ver figuras 6.1.y 6.2.). Estas acciones se realizaron hacia fines de mayo de 2022, aunque no se publicó nada en ninguna de las plataformas hasta el mes de octubre, coincidiendo con la creación de un blog alojado en: <https://sintoniacritica.wordpress.com/> y al cual nos referiremos en breve.

El perfil de Instagram cuenta con 103 seguidores al 13 de febrero de 2023, y 6 publicaciones: la primera, producida automáticamente por la plataforma al incorporar una foto de perfil, la segunda como invitación a conocer el blog y el proyecto de crítica audiovisual aunque avisando que aún no se harán publicaciones en ese formato y, en cambio, invitando a leer las dos primeras críticas publicadas (ambas el 9/10/2022); la tercera invita a leer la primera crítica exclusivamente de danza (13/10/2022), sin guardar continuidad con el formato de presentación audiovisual del perfil en Instagram que, a los fines del proyecto “viviente y circulante”, aún no ha expresado que las presentaciones cumplirán con uno u otro formato, ni tampoco que exista alguna correspondencia con el proyecto de tesis. La cuarta publicación (12/11/22) recupera el formato que se propone en la segunda; una capsula audiovisual que incita a ver un contenido más desarrollado en otra plataforma, nuevamente, en formato escrito en el blog. El quinto posteo (8/12/22), repite el uso propuesto en la tercera publicación, como una foto de obra de danza que invita a través de la descripción que la acompaña, a leer una crítica de la obra “La era del hielo” en el blog. Esta última coincide con el cierre de temporada previo al receso de verano hasta el mes de febrero y, sobre todo marzo, cuando comienzan a presentarse estrenos en la cartelera. El 13 de febrero se publica el último post antes del cierre de este trabajo que, con motivo del reestreno de la obra “Voraz y Melancólico”, invita mediante un nuevo *reel* a leer una crítica que había sido publicada originalmente en otro medio y que en esta nueva instancia ha sido actualizada en el blog.

En líneas generales podríamos decir que lo que se hizo fue lanzar el blog y el perfil de Instagram con unos contenidos iniciales. Si bien las cuentas creadas no muestran una gran cantidad de seguidores y subscriptores, también es cierto que no se han promovido demasiadas acciones específicas que fomenten ese crecimiento y que, seguramente, el lanzamiento de las críticas audiovisuales a través de YouTube, suscite un mayor movimiento. Respecto de la organización visual de las publicaciones en Instagram, espontáneamente se fue configurando como una suerte de damero que alterna fotos con videos, y que podría funcionar como una estética del perfil. (Ver figura 6.1.A)



Figura 6.1. Screenshot del perfil @sintoniacrítica en Instagram

En cualquier caso, los primeros seguidores del perfil de Instagram, surgieron espontáneamente conforme se creó el mismo, con apenas una sintética descripción y antes de hacer ninguna publicación. Muchos de estos seguidores ni siquiera seguían anteriormente al creador del perfil, es decir, que se acercaron por un interés genuino para con la propuesta y como promesa de un fenómeno que podría multiplicarse a partir de la publicación de más contenidos. Por otra parte, y tal como suponíamos, fueron los propios artistas (luego de ser etiquetados cada uno en su correspondiente publicación) quienes compartieron a través de sus redes sociales las notas publicadas, generando las primeras visitas en el blog, en el perfil de Instagram y la sumatoria de seguidores. En líneas generales deberíamos decir que el comportamiento frecuente fue el de publicar historias

con enlace a las notas directas en el blog, aunque algunos artistas postearon en su *feed* contenidos que siguen disponibles.¹⁵²

A la hora de crear el canal, el mismo autor de esta tesis tomó como desafío volverse la cara visible. Además de un evidente interés personal, se espera que el hecho de ocupar ese lugar pueda ayudar a “llevar a la vida” el proyecto con las distintas características y dinámicas que aquí se propusieron. Además, su perfil responde a varias de las características que hemos puesto en valor en relación con la trayectoria, la formación y la inserción tanto en el ámbito de la crítica como de las artes escénicas.¹⁵³

Si la edad del anfitrión supera la del promedio de *youtubers*, podemos decir que la mayoría de quienes se dedican a la crítica en este medio –por lo menos en artes plásticas, que es donde hallamos ejemplos– suele ser mayor que el promedio de los *youtubers*, lo que al mismo tiempo les confiere cierta autoridad devenida de la potencial experiencia adquirida.

En este caso, las ideas asociadas a experiencia, madurez y solemnidad se ven moderadas por los colores vibrantes del logo cuyo ícono elegido es la gorra con visera, que además el crítico usa como accesorio en los videos, favoreciendo la amalgama entre canal y *youtuber* de un modo enunciativamente cercano y de cierta informalidad, y acentuando aquello que describimos como rasgos distintivos o de individuación. Al ser un rasgo que aparece por duplicado como objeto real (por registro indicial) en el video y como diseño incrustado en la pantalla, se constituye como marca de identidad que funciona en múltiples niveles: por un lado, una gorra con visera es comparable a una barba o un par de anteojos; son rasgos que identifican a un sujeto y por los cuales podría ser descripto, de modo que se integran a la persona y al usarlo como marca, integran también la persona con el canal. Por otra parte, es de suponer que, eventualmente, el personaje/*youtuber* se encontrará con parte de su audiencia en diferentes espectáculos y portar su gorra es una manera más de acercarlo a su público, es presentarse con su rasgo distintivo reduciendo la brecha

¹⁵² Ver: <https://www.instagram.com/p/CjbR2MIuMnN/> en el perfil @matimilanese del grupo Los pipis. Ver <https://www.instagram.com/p/CjssDYiu4jy/> en el perfil de la obra @mujer_diamante de Natacha Visconti. Ambas [vistas: 5/11/2022]

¹⁵³ Gustavo Friedenber (1978) es un bailarín con una trayectoria internacional y reconocido en su medio; es director de su propia compañía con varias obras estrenadas desde el 2012, Licenciado en Composición Coreográfica egresado del ex Instituto Universitario Nacional del Arte. Desde el año 2015 escribe para las revistas Balletindance y SobreBue, y actualmente integra el directorio del Instituto PRODANZA; de modo que su participación y presencia en “la comunidad de la danza local” es a través de distintas instituciones reconocidas y de relevancia, en complemento con su trabajo personal y privado, sumado a un contacto directo con una buena parte de los creadores y bailarines de la escena porteña, y con antecedentes en relación con la crítica de danza.

entre el personaje de la pantalla y la vida real, y construyendo la idea de que ese que aparece y da identidad al canal, no es sólo un personaje sino que –consecuentemente con el modo en que se muestra– habita el mismo universo que quienes lo siguen.

Este tipo de decisiones (por ejemplo la de usar una gorra como rasgo distintivo) obedecen ya más a una elección estilística de la construcción de la identidad y de la marca. En el futuro esto podría evolucionar, sobre todo considerando que el ejercicio de observar que va ocurriendo con los sistemas de medios, con las redes y con la danza y el teatro en la ciudad pueden darle distintos devenires a este producto, o incluso, dar lugar a nuevos.

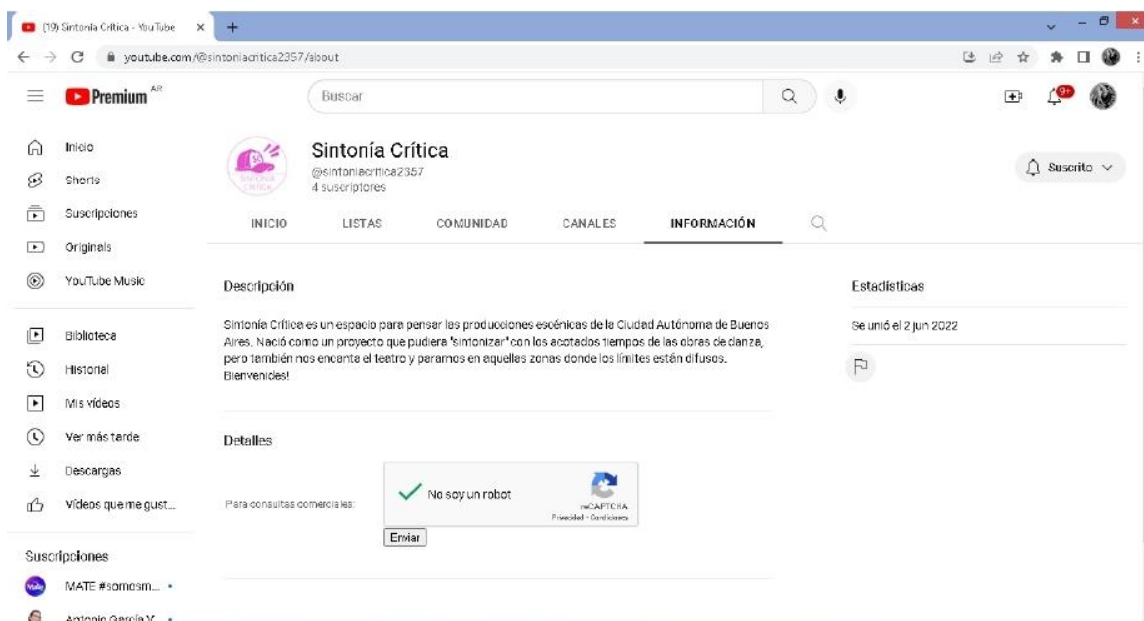


Figura 6.2. Screenshot del canal de YouTube Sintonía Crítica.

Finalmente, ponemos a disposición el enlace de lo que hemos elaborado como “Episodio 1” para ser publicado en el canal de YouTube, que salió el martes 4 de abril de 2023, con motivo del reestreno de una pieza performática tomada como objeto de análisis; en este caso: *Gesto Político*, de Lucía Nacht.

<https://www.youtube.com/watch?v=txzbL6LH3RA>

Post Scriptum

Conforme esta tesis se terminaba de escribir y editar, *Sintonía Crítica*, como prototipo de producto crítico de artes escénicas, cobró vida en su formato de proyecto audiovisual. Primero se comenzó con la producción de videos para Instagram y YouTube, tal como había sido planificado en el proyecto, publicando las primeras capsulas de Instagram que funcionan como invitación para nuevas publicaciones. Se produjeron varios capítulos para YouTube pero, en virtud de ese pasaje de la planificación a la realización efectiva de los videos, se requirió una necesaria serie de ajustes en cuanto a los mecanismos y tiempos de producción, así como del modo de lograr el tono enunciativo que quería imprimirse; con lo cual bajo el permiso de estar realizando las primeras pruebas y de que como medio independiente no debía responder a ninguna demanda externa— no se finalizaron antes de la conclusión de las temporadas de las obras abordadas y,¹⁵⁴ por tanto, se reservaron para ser publicados en futuros reestrenos de esas mismas obras, además de que sirvieron como práctica y ejercicio para próximos videos. Justamente, apenas unos días antes de mandar a imprimir este trabajo, y con motivo del reestreno de una pieza que se había utilizado para realizar el primer video experimental (programa piloto) de este proyecto, se publicó el primer capítulo en el canal de YouTube junto con su reel complementario en Instagram. Quedará para futuras investigaciones la tarea de observar las réplicas y comentarios suscitados a partir de estas dos publicaciones. Por otra parte, en los devenires de la producción crítica y —tal como se había adelantado— se sumó también un anexo de producción escritural. (ver figura 7.1.) Si bien, nuestro argumento principal siempre radicó en la necesidad de construir nuevos formatos de circulación para la crítica y, desde luego, la crítica escrita es la más tradicional de todas, también comprendemos que la emergencia de los nuevos formatos audiovisuales en las redes no implica de ninguna manera la eliminación de todo lo que ya existe y que, independientemente de las nuevas tendencias o lo que podríamos denominar como un “hacia dónde van las nuevas formas de consumo en materia de comunicación”, mucha gente sigue teniendo un interés genuino en leer estas críticas escritas. Especialmente si consideramos que son los propios artistas quienes las replican y, en ese sentido, que los primeros lectores serán sus seguidores, de modo que prestarán —o no— atención a las mismas, independientemente del formato en que se presenten.

Por otra parte, al momento de comenzar a producir las “cápsulas audiovisuales” según lo que hemos definido como un formato potencial para este proyecto y cuya información completaremos en los próximos párrafos, tomamos conciencia de que las mismas

¹⁵⁴ Por ejemplo, la presentación de “Gesto Político” de Lucía Nacht, que tuvo lugar en marzo de 2022 realizó dos únicas presentaciones consecutivas los días 25 y 26 en la Fundación Cazadores.

requieren una cantidad no despreciable de trabajo –y por tanto, una inversión de tiempo– para su edición y montaje, que de acuerdo con sus características y necesidades técnicas y reales, siempre será superior al de un texto escrito digital publicado en Internet, con su posibilidad de estar disponible inmediatamente después de finalizarse. Esto da cuenta de, al menos, dos cuestiones importantes: por un lado, el requerimiento de una infraestructura, tiempo y recursos técnicos se constituye como una debilidad respecto de la agilidad con la que se esperaba pudiese existir la propuesta desde su diseño; por el otro y como consecuencia de lo primero, el peligro de no cumplir con el objetivo señalado de publicar contenidos actuales y vigentes, que respondan a la fugacidad de los espectáculos y eventos de danza.

Frente a estas dos cuestiones, emergió como respuesta inmediata la posibilidad de sumar la producción escrita, aunque apelando a un formato más informal en el sentido de eludir la estructura de un medio como, por ejemplo una revista (aunque se trate de una digital), que supone la ejecución de una cantidad de pasos antes de concretar cualquier publicación y que, por lo tanto, tienden también a retrasar su salida, además de que deben ser previamente aprobadas lo que, en muchos casos, significa que estos medios pueden no incluir algunos contenidos por razones tan arbitrarias como aquellas por las cuales habíamos identificado que los grandes medios priorizan las producciones del circuito oficial por encima de las del circuito independiente. Por ello elegimos el formato de blog que, en todo caso, funciona en primera persona en el sentido de que es el propio crítico el que edita su texto y toma todas las decisiones y responsabilidades por aquello que publica, facilitando la inmediatez de dichas publicaciones y respondiendo de forma más efectiva a ese valor agregado reconocido en los *youtubers*, como una ilusión de contacto sin intermediarios. Por otra parte, en estas críticas su autor se permite comentarios efectivamente en primera persona, de un modo que nunca antes había utilizado en artículos publicados por otros medios.

En todo caso, el blog puede articularse con las funciones para Instagram pensadas a lo largo de esta tesis: estar presente, aparecer en el *feed* de los usuarios e informar que hay un contenido más extenso en otra plataforma; el recurso sigue siendo funcionar sinérgicamente con información complementaria en un formato multiplataforma, sólo que ahora esos contenidos con mayor despliegue pueden ser no únicamente audiovisuales. Al incorporar esta tercera plataforma con formato de blog, pueden ser contenidas producciones escritas y, también, se pueden insertar allí los videos publicados en YouTube.

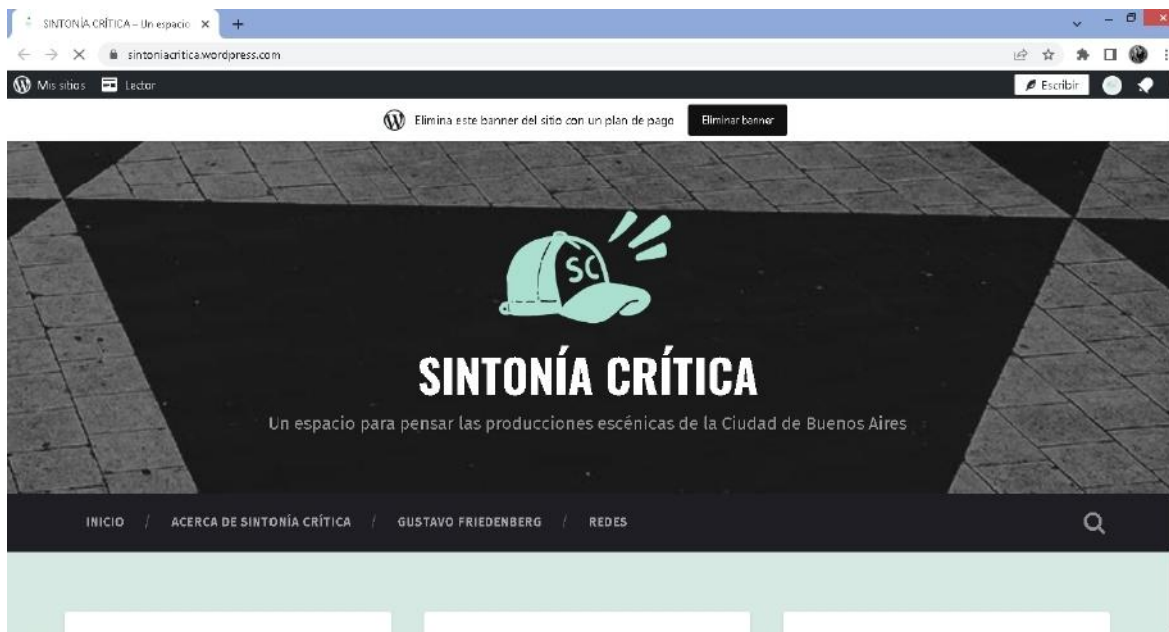


Figura 7.1. Screenshot del Blog Sintonía Crítica en Wordpress.

Por otra parte, la experiencia obtenida de la realización de los primeros videos dejó en claro que el montaje es determinante, no sólo en la dinámica de cada episodio, sino también en la construcción del personaje que se quiere ofrecer. En cierta forma, más allá del carácter enunciativo que aparece en el modo de hablar y expresarse, es la edición la que selecciona, determina y construye los efectos risibles, el tono irónico y aquello que describíamos como el efecto clownesco de quien puede reírse de sí mismo y, en esa operación, divertir y distender a su audiencia. De modo que, en cierta forma, podría decirse que la figura del “montajista” –ya sea que fuera quien aparece en pantalla o una persona que no vemos pero que establece algún tipo de diálogo con el discurso del crítico, en la medida en que deja sus marcas interviniendo el texto original–, va cobrando entidad a través del uso de recursos como memes, emojis, melodías, canciones o efectos sonoros, así como imágenes de personajes mediáticos que también funcionan en forma de meta comentario. Lo que hace a través de estos recursos es recomentar o ironizar lo dicho por el crítico en pantalla, entablando relaciones intertextuales inesperadas y, por tanto, imprimiéndole un estilo relajado, capaz de causar gracia sin ridiculizar el objeto y cumpliendo con todas aquellas características que sostenemos debería tener una crítica de danza que responda a las demandas de la circulación de esta disciplina en nuestra ciudad, a la vez que se pronuncia como una invitación a la danza –y a la crítica– para nuevas audiencias.

Bibliografía

Abufhele Meza, Paulina (2018). Perspectivas de la crítica de danza en Chile. *Revista A.DNZ*.

Ajmat, Silvia. (8 de Septiembre de 2017). "Mikhail Baryshnikov - Bob Wilson: las claves del suceso que acaba de llegar a Buenos Aires". Recuperado el 11 de Diciembre de 2021, de lanacion.com.ar: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/mikhail-baryshnikov-bob-wilson-las-claves-del-suceso-que-acaba-de-llegar-a-buenos-aires-nid2060949/>

Alternativa Teatral y Enfoque Consumos Culturales. (2021). "Mediatización de las artes escénicas. Consumo durante la cuarentena y perspectivas futuras". Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Álvarez de Araya Cid, Guadalupe (2012). "Temas de la crítica: tratamientos del origen cultural, la identidad y la transculturación en la crítica de arte latinoamericana entre 1930 y 1975". Revista *Figuraciones*.

Antony, Pedro (2012). "Panoráma teatral porteño contemporáneo: un problema puesto en escena". En Durán, Ana y Jaroslavsky, Sonia, *Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Leviatán.

Barthes, Roland (1987). *Crítica y verdad*. México DF: Andrómeda S.A.

Barthes, Roland (1964). *Retórica de la imagen*.

Belluccia, Raúl y Chaves, Norberto (2003). *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.

Benzaquen, Adriana (2021). "Informe sobre la danza no oficial de la Ciudad de Buenos Aires". Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ministerio de Cultura, Gobierno de la Ciudad autónoma de Buenos Aires.

Berman, Mónica (2010). "La crítica teatral en Buenos Aires y una reflexión sobre el canon". En *Teatralidad, Discurso crítico y medios*. Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

Bermúdez, Nicolás y Dámaso Martínez, Carlos (2021). Prólogo. *Cuadernos del Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica* .

Braude, Diego (2010). "Crítica y Medios Electrónicos". En *Teatralidad, Discurso crítico y medios*. Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

Cappa, María Fernanda (2010). "La crítica y los medios de Internet (Algunos problemas del dispositivo y del estatuto del discurso objeto en la web)". Revista *Figuraciones*.

Fernández, José Luis (2018). "Discursos mediáticos académicos en épocas de transformaciones y permanencias". *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*.

Fernández Cadena, Paula (2010). Recuperado el 29 de Enero de 2022, de http://www.ucaldas.edu.co/docs/prensa/Introduccionala_web_20_recomendacion_redes.pdf

Fondevila, Santiago (2010). "La crítica en el periodismo diario". En "*Teatralidad, Discurso crítico y medios*". Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

Forbes, D. (21 de Julio de 2021). *Forbes Argentina*. Recuperado el 05 de Abril de 2022, de <https://www.forbesargentina.com/today/que-rol-ocupan-podcasts-nuevas-generaciones-marcas-n6752>

Fratlicelli, Damián (2021). "Enunciación y humor en las redes (o Cómo estudiar memes sin perder el chiste)". Recuperado el 12 de noviembre de 2022 de, La Trama de la Comunicación, Volumen 25 Número 2, julio a diciembre: <https://latrama.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/779>

Friedenberg, Gustavo (2019). *Buenos Aires contemporánea*. CABA: Sin editar / Seminario Taller de Producción Ramos/Alonso, Universidad Nacional del Arte.

Friedenberg, Gustavo (2019). "El camino del héroe". Revista *Balletindance*.

Gambaro, Griselda (Diciembre de 1970). "*Teatro de vanguardia en la Argentina de hoy*". Recuperado el 20 de Enero de 2022, de Biblioteca Virtual de la universidad Nacional del Litoral: <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/handle/11185/4830>

Heram, Yamila (2018). *La crítica de televisión en la prensa durante la formación de los multimedios*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.

Irazábal, Federico (2010). La crítica entre la platea y el escenario. En "*Teatralidad, Discurso crítico y medios*". Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

Irazabal, Federico (2006). *Por un Crítica deseante*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto Nacional del Teatro.

IsseMoyano, Marcelo (Sin Fecha). "Características de la narración en los textos de ficción". Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Historia de los medios y el espectáculo. Cátedra Isse Moyano, Universidad Nacional del Arte, departamento de Artes del movimiento María Ruanova.

Koldobsky, Daniela (2010). "Las críticas expansiones de la crítica". Revista *Figuraciones*.

La voz, nota de la redacción. (19 de Enero de 2020). Manos a la obra: ¿deben cobrar un salario mínimo los artistas? *La voz*.

Leonardi, Yanina y Verzero, Lorena (2010). El crítico como intelectual: Dilemas de una figura conflictiva. En "*Teatralidad, Discurso crítico y medios*". Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

Logroño Tormo, María Teresa (2015). "Influencias y prescriptores del consumo teatral. Un estudio sobre el efecto de las críticas teatrales y otras instancias de prescripción en los hábitos de asistencia al teatro" en *Estudios sobre el mensaje periodístico* 22(1), Universidad Complutense de Madrid. páginas 391 a 410.

mapademediosfopea.com. (s.f.). Recuperado el 23 de Noviembre de 2021, de <https://mapademediosfopea.com/holdings/>

Martínez Mendoza, Rolando, y Petris, José Luis (2016). "Arte, crítica y cotidianeidad (o la dimensión política de la crítica de arte destinada a públicos masivos)" en Soto, Marita (comp.) *Habitar y Narrar*, Buenos Aires, Eudeba.

Mateo López, Nieves (2019). Periodismo y artes escénicas. En I. A. Margarita Garbisu Buesa, *Periodismo cultural* (pág. 197 a 201). Madrid: Centro de Estudios Financieros.

Metz, Christian (1991). Cuatro pasos en las nubes (vuelo teórico). *L'enonciation impersonnelle ou le site du filme*, Klincksieck.

Pitrola, Marcelo (Noviembre de 2021). "Mutaciones discursivas en tiempos de Internet: los blogs en la crítica teatral". *Cuadernos del Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

PRODANZA. (2010). *La escena de la danza independiente en la Ciudad de Buenos Aires. Estudio Cualitativo Exploratorio*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Ranciere, Jacques. (2008). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manatí

Rottman, Diego (2020). "Los medios como influencers". En L. Africano, *La vida digital de los medios y la comunicación. Ensayo sobre las audiencias, el contenido y los negocios en internet*. Buenos Aires: Granica.

Sánchez, Camilo (2010). "La crítica. Espacio, tiempo, forma". En *Teatralidad, Discurso crítico y medios*. Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

Scolari, Carlos y Fraticelli, Damián (2016). "Nuevos Sujetos mediáticos en el ecosistema de medios: el caso de los youtubers españoles". *V congreso AsAECA*.

Scolari, Carlos, Fraticelli, Damián y Tomasena, José. (s.f.). "Social Media Entertainment: The case of Spanish-speaking BookTubers".

Sennet, Richard (2013). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

Seoane, Ana (2010). "Problemas de la crítica teatral. Tensión entre teatralidad y discurso crítico". En *Teatralidad, Discurso crítico y medios*. Cuaderno N°21 de los Cuadernos del Picadero, Buenos Aires. INTeatro editorial.

- SINCA. (2017). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales*. CABA: Ministerio de Cultura. Presidencia de la Nación.
- Smith, Terry (2012). *¿Qué es el arte contemporáneo?* Buenos Aires: Siglo veintiuno.
- Steimberg, Oscar y Traversa, Oscar (2010). "Objetos de la crítica". Revista *Figuraciones* .
- Steimberg, Oscar (2018). "Cuando toda crítica es metacrítica". Revista *Figuraciones* .
- Steimberg, Oscar (2013) *Semióticas. La semiótica de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires, Eterna Cadencia.
- Szerman, Ivana (Mayo de 2021). *Cómo le explico a mi alien*. Recuperado el 15 de Marzo de 2022, de <https://open.spotify.com/episode/3Ud6iX3ObtufntM2CEjFQw>
- Tambutti, Susana (2008). Itinerarios teóricos de la danza. *Aisthesis*.
- Todorov, Tzvetan (1991). *Crítica de la Crítica*. Buenos Aires: Paidós.
- Verón, Eliseo (1988). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo (2013) *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires, Paidós.
- Weber, Max (1904). "La objetividad cognoscitiva de la ciencia social y de la política social". En *Ensayos sobre metodología sociológica* (pág. 40). Madrid: Amorrortu ediciones.
- Wikipedia. (2020). *Crítica periodística, Definición*. https://es.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%ADtica_period%C3%ADstica.
- Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado el 06 de Marzo de 2022, de https://es.wikipedia.org/wiki/Maru_Botana
- Williams, Raymond (1980). *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península.
- Yanes, Rafael (Junio-Julio de 2005). La crítica de arte como género periodístico: un texto argumentativo que cumple una función cultural. www.razonypalabra.org.mx.
- Zelcer, Mariano (2021). *Devenires de lo fotográfico. Imágenes digitales en los dispositivos contemporáneos*. Buenos Aires: Teseo.
- Zelcer, Mariano (2023). Machine learning y lógicas semióticas: el caso de la publicidad digital. *La Trama De La Comunicación*, 26(2), 015–031. <https://doi.org/10.35305/lt.v26i2.805>