

CRÍTICA
DE CINE

Hacer el click

La digitalización de los medios de comunicación ha traído aparejados muchos cambios en relación al consumo de información. Estos aires renovadores están llegando paulatinamente a las publicaciones culturales, cuyo desafío es adaptarse a los formatos que propone la web y trazar estrategias que las impulsen dentro de este nuevo contexto.

Micaela Gorojovsky | PARA LA NACION

Resulta innegable que, hoy por hoy, nuestra condición de consumidores de formatos digitales va en alza. Si queremos saber si va a llover, o si el paro anunciado para mañana es un hecho o un rumor, es más probable que googliemos la edición online de algún diario antes que comprar la edición impresa al quiosquero amigo. Este hábito adquirido por los lectores con el tiempo fue ganando numerosos adeptos y despertó el olfato atento de los grandes medios de comunicación como diarios, revistas y otras publicaciones que vieron en esta demanda una necesidad a satisfacer:

la creación de ediciones online las cuales suponen, además, una nueva forma de difundir contenidos.

Hace no mucho tiempo atrás, un lector se definía por su virtud fidelidad hacia una publicación determinada. Era común, cuando uno iba de visita a lo de un amigo, ojear con curiosidad el diario o la revista que en casa no se compraba. En caso de que le interesaran publicaciones especializadas sobre algún tema, el lector de la era pre-digital tenía un número limitado de opciones a las que recurrir: por ejemplo, si lo de uno era el cine, seguramente se debatiría entre

Film o El Amante Cine. Este tipo de situaciones ya no son muy comunes dado que Internet ha traído una democratización de los contenidos, que proliferan indiscriminadamente, ya que no hay un ente regulador que los filtre o seleccione. Cualquiera puede escribir y colgar sus textos online o generar su propia plataforma para subir sus producciones gratuitamente, lo cual hace que los lectores tengan cada vez más información disponible sobre el tema que les interesa. Esta situación exige al público lector el desarrollo de ciertas habilidades para encontrar lo que busca y su efecto colateral es la construcción de un

itinerario único y singular. Esta cualidad, transforma el hábito de lectura en un proceso dinámico que habilita infinitos recorridos y nuevas asociaciones.

Otra característica que trae aparejada la web es la interactividad. El nivel de participación de los usuarios, no solo en las redes sociales sino también en publicaciones de diversos tipos, es creciente. La figura del *prosumer*, agente que consume y produce contenidos alternativamente, es la que parecería definir a muchos lectores de esta época. No es casual que los diarios de mayor tirada estén rearmando sus redacciones con profesionales especializados en medios digitales, lo cual les asegura tener una mejor llegada al público y cumplir con las exigencias de los lectores, quienes se vinculan activamente con los nuevos soportes.

En este contexto, muchos medios han aprendido a adaptarse incorporando nuevas estrategias frente al avance de las publicaciones digitales. Por otra parte, muchos se han tenido que enfrentar a los altos costos de sostener una edición impresa, y los sobrevivientes fueron muy pocos. Para aquellos medios que ya no podían costear la impresión pero querían

seguir existiendo, las ediciones online significaron un oasis en el desierto. En el camino encontraron un territorio en el que todo está en constante definición: múltiples canales de comunicación, intereses heterogéneos y nuevas formas de intercambio. Hubo que planificar estrategias de contacto y ganarse un espacio para ser visible en la inmensidad de los contenidos. La apropiación de estos espacios virtuales implicó un aprendizaje tanto para quienes generan contenidos como para quienes los consumen aunque, en la actualidad, la brecha que divide estos dos polos sea bastante difusa.

El caso del séptimo arte

Uno de los campos más interesantes para sondear este fenómeno es de las publicaciones culturales. Históricamente sin tanta afluencia de lectores como tienen otros géneros, hay muchos ejemplos ilustrativos de la migración de las ediciones gráficas a las digitales. En las artes visuales uno de los ejemplos más conocido fue el de la revista *Ramona* que tuvo su versión en papel desde el 2000 hasta el 2010 cuando tuvo que convertirse al digital fundamentalmente por razones económicas. La revista era una herramienta importantísima para la difusión del arte contemporáneo y la

actividad de las artes visuales a nivel país. Un gesto humorístico muy curioso fue que al momento de su cierre, se organizó un ágape para despedir “las exequias de *Ramona* papel”, que no fue la única que estuvo de velorio. A pesar de las pruebas que están a la vista sobre la fuerte tendencia hacia lo virtual, no se puede afirmar taxativamente que ese es o será el destino de toda revista cultural. Muchas publicaciones siguen, sorteando los vaivenes del mercado y los costos excesivos, manteniendo el tradicional formato en papel.

Este sería el caso, en el área del cine, de *Haciendo Cine* y *La cosa cine*. Sin embargo, estas publicaciones siguen sin alcanzar el *boom* que significó la aparición y el consumo de la revista *El Amante Cine* allá por los '90, dado que los debates más encarnizados en el ámbito digital suelen darse en ciertos sitios web especializados, como por ejemplo *Otros Cines*. Esta revista fue uno de los bastiones más importantes de la crítica cinematográfica en nuestro país junto a la que se podría pensar como su predecesora, a nivel reflexión sobre el séptimo arte, que fue *Tiempo de cine* en la década del '60. El primer número de *El Amante Cine* ve la luz en diciembre de 1991 y durante veinte

años mantiene su riguroso arribo mensual hasta que en diciembre de 2011 sale su última edición en papel con un editorial titulado “¡Hola digital!, ¡adiós papel!”. En ese mismo texto se consignan las razones de su digitalización, íntimamente relacionadas con el rumbo tomando por las editoriales quienes “convirtieron al negocio de las revistas en papel en algo más relacionado con el pasado que con el futuro. Hacer una revista de estas características (destinada a un público no masivo) es cada vez más gravoso. El costo por ejemplar es altísimo”. Nuevamente, como en el caso de *Ramona*, las causas que impulsaban al formato virtual eran puramente económicas.

Lo viejo, lo nuevo

Crear un medio de comunicación implica constituir una identidad estable y reconocible. Además, supone el desafío de adaptarse a las especificidades que proporciona el soporte en el que ese medio se inscribe. Es claro que las herramientas que ofrece una revista no son equiparables a las de un sitio web, ni viceversa.

Parece ser que esto último fue lo que no entendió, o no le interesó entender,

a *El Amante Cine*. Otrora motor de estimulantes debates y dueña de un prestigio intachable, en su pasaje al mundo digital perdió su contundencia en el panorama de las publicaciones cinéfilas. Mucho no había cambiado: la entrega de los números seguía siendo mensual y la suscripción a sus contenidos, paga. Entonces, ¿qué fue lo que la hizo disiparse del epicentro de interés? Algunos afirmarán que su retirada tuvo que ver con los sucesivos cambios en el staff (relevos en la dirección, incorporación de críticos más jóvenes) que dieron por tierra con la primera formación del equipo, ese *dream team* que supieron conformar Quintín y Eduardo Noriega. Si bien este prejuicio —que descansa en un presunto declive de la calidad de la revista— deja entrever los humores de lectores recurrentes que no se adaptaron a las renovaciones de la publicación, explica poco y nada sobre su destino.

En todo caso, lo que se manifiesta a partir de la digitalización de *El Amante Cine* es un acto de gatopardismo fallido. La decisión editorial de mantenerse fiel al formato de la versión papel pese al cambio de medio, es síntoma de desconocer las potencialidades que el nuevo terreno

podría haberle brindado a la revista. Quizás esta determinación tuvo que ver con el miedo a lo nuevo, quizás se pensó que respetar la versión original conservaría el prestigio ya ganado. Lo cierto es que se perdió la posibilidad de repensar esta nueva etapa, algo que impactó negativamente en la esencia de la publicación. Pongamos por caso el correo enviado por los lectores que la revista solía incluir en sus páginas. Este recurso fue eliminado en el pasaje de un medio a otro, y así quedó vedado el único espacio que aseguraba el intercambio y el debate entre distintas voces que se hacían visibles para quienes quisieran leerlas.

Pero no todo está perdido para los lectores que gustan de participar en polémicas sobre el séptimo arte. Es un buen momento para ellos, porque la web está plagada de nuevos sitios de cine en los que pueden saciar su apetito interactivo. *Micropsia*, *Hacerse la crítica*, *Con los ojos abiertos* son sólo algunos ejemplos. Aunque el blog que más se destaca en materia de *comments* es *Cinescalas*, de Milagros Amondaray.

En las antípodas de *El Amante*, *Cinescalas* puede presentarse como el caso que logra explotar de la mejor

manera las herramientas que habilita el formato digital. El blog abre el juego a nuevos contenidos mediante enlaces que redirigen al lector no sólo hacia el interior de la misma publicación sino también por fuera de ella. Además, las categorías en las que se agrupan sus contenidos innovan frente a aquellas que se suelen encontrarse en la mayoría de los sitios de cine, como la tradicional sección de estrenos o la de entrevistas. Esto tiene que ver con que el blog plantea su funcionamiento a través de un sistema de consignas que regularmente su creadora propone a los lectores. Con esa estrategia se incentiva la participación y se comienza a generar una comunidad colaborativa entre Amondaray y quienes consumen su publicación. Así, los usuarios pasan a ocupar un rol fundamental ya que sus comentarios

se vuelven imprescindibles para la retroalimentación del blog. La astucia de este gesto está en el hecho de saber potenciar las posibilidades de una edición virtual, pero también en pensar al lector no como un mero receptor de contenidos sino como un agente que puede generarlos.

La prueba de fuego

Lo digital va pisando fuerte en todos los medios de comunicación y, como parte de ellos, la crítica debería reconocer el nuevo escenario que se suscita ante ella e intentar metabolizarlo de la mejor manera posible. Si bien los cambios siempre suponen un riesgo, su cara luminosa es la de las infinitas alternativas que se abren frente a este panorama aún

inexplorado.

Hoy resulta necesario que la crítica reconfigure sus presupuestos en un contexto en el que el lector puede ser la piedra angular de la producción de contenidos colaborativos. Asumir su presencia en los medios digitales y conocer las herramientas que éstos tienen para ofrecerle, le permitirá a esta disciplina salir de los claustros y hacerse visible (y hasta quizás más interesante) para el público. Sin embargo, esto no quiere decir que haya que erradicar la complejidad de las reflexiones teóricas y volverse simplistas, ni que los lectores vayan a marcar la agenda de intereses de la crítica. De lo que se trata es de elaborar estrategias que repiensen la forma en que se dan a conocer los discursos críticos para que estén en

Opinión

Crítica de cine 2.0 por Milagros Amondaray

Dentro del panorama de la crítica cinematográfica en medios digitales, *Cinescalas* intenta llevar a cabo dos empresas. Por un lado, y en relación a la escritura de la crítica *per se*, busca alejarse del modelo tradicional de observación de una película. El análisis no pasa tanto por detenerse en sus cualidades técnicas sino por explorar lo que un film en particular produce en el espectador. En este sentido, el *leit motiv* del blog es el de vincular las historias que se ven en pantalla con temáticas reconocibles de la vida cotidiana. Es decir, entender el cine como arte que nos termina definiendo. La crítica de cine 2.0 muchas veces no sólo no capitaliza todas las herramientas que tiene a su alcance sino que además las subestima. El énfasis en recursos como videos, gifs, montaje de fotos, es visto con una mirada casi peyorativa, como si se considerase que esos recursos funcionan en detrimento de la crítica, como si lo paratextual atentara contra ella. En *Cinescalas*, la finalidad es enriquecer dicha crítica con el uso de los beneficios de una plataforma digital. Una buena imagen, un gif alusivo y, especialmente, los links ocultos acercan al espectador al texto y lo *pasean* por otros lugares, ya sea para detenerse en un video o en una cita que esté estrechamente ligada con el film analizado. Así, los comentaristas hacen lo propio en sus aportes, añadiendo otras imágenes, videos y gifs que completan cada publicación diaria, difuminando los límites entre un crítico de cine y un lector, acercándolos y multiplicando las apreciaciones sin la necesidad de nomenclaturas prefijadas.

consonancia con la impronta de los medios digitales.

Por otra parte, el rol del crítico en estos medios se complejiza y, salvo que desarrolle su trabajo dentro de publicaciones virtuales ya consagradas (que son las menos), la autogestión de la publicación es, por ahora, el único camino. Ya no alcanza con escribir textos interesantes y arrojarlos al mundo; ahora el crítico deberá hacer un esfuerzo consciente para encontrar la mejor manera de exhibir sus producciones. Así se cruzará con otros campos de acción en los que debe especializarse, como la edición, el diseño y la publicidad. Todos estos son los desafíos que debe encarar la crítica de arte en la actualidad. Las cartas ya están puestas sobre la mesa, sólo falta repartir y comenzar este nuevo juego.©