

Trabajo de campo II
Licenciatura en Crítica de Artes

Título: Productos culturales

Alumno: Micaela Gorojovsky

Año: 2014

Profesores: Silvina Tatavitto
Nicolás Bermúdez

Componente 1: Tema

1.1 Especificación sintética del fenómeno/tema seleccionado

El fenómeno a abordar será la crítica de cine en medios digitales argentinos. Se hará un relevamiento de weblogs, sitios web y revistas digitales que orienten su actividad a este campo para tratar de definir si hay rasgos que modifiquen a este género tal como se lo conocía antes del pasaje a la virtualidad. El objetivo será observar los caminos que habilita el proceso de hipermediación en relación a la crítica de cine digital y los efectos que generan estas nuevas posibilidades. Para esto se tomará el caso el weblog *Cinescalas* entendiéndolo como el ejemplo más logrado de aprovechamiento hipertextual y se lo contrastará con otros medios con características similares.

1.2 Justificación de su interés para el alumno

Desde hace ya más de diez años Internet se convirtió en una herramienta de uso masivo y esto tuvo una gran repercusión en los medios gráficos de comunicación. Los diarios de mayor tirada comenzaron a tener sus versiones digitales, al igual que algunas revistas y también aparecieron nuevas plataformas como los weblogs, las revistas de edición online, entre otras. En este contexto, muy pocas ediciones impresas sobre cine lograron sobrevivir: el caso más paradigmático es el de la revista *El Amante Cine* que tuvo que reemplazar su edición impresa por una suscripción online. Así, la crítica de cine tuvo que emprender una migración hacia los medios digitales, situación que enfrentó a los críticos con nuevas herramientas para encarar el oficio y también con nuevas dificultades que exigen repensar la profesión. Que en una crítica se pueda insertar el link a un fragmento de la escena que estamos describiendo o que los usuarios puedan participar activa y sincrónicamente con la escritura del crítico son situaciones que configuran un terreno fértil para la innovación, el corrimiento de los límites y la explotación de los recursos que habilita la multimedialidad.

1.3 Subdivisión del fenómeno en una serie de productos críticos

- Producto 1: Ensayo periodístico para suplementos culturales como *Ñ*, *Radar* o *ADN*.
- Producto 2: Entrevista a Milagros Amondaray, creadora del blog *Cinescalas*.
- Producto 3: Evento de coaching para aquellos que quieran interiorizarse sobre las herramientas que ofrece los medios digitales en función de optimizar el rendimiento de sus publicaciones virtuales.

Componente 2: Estado de situación

2.1 Estado de situación

Teniendo por contexto general la diáspora que experimentaron muchas publicaciones impresas hacia el dominio de la virtualidad de la Web, el primer punto en la búsqueda de estudios sobre este tema sería remontarse a los orígenes de aquello que habilitó este pasaje. Más allá de las causas coyunturales que hayan incentivado cada caso particular (reducción costos de impresión, alcance a un número mayor de lectores, entre otras), este movimiento de migración a escala mundial fue posible por un cambio de la Web a lo que se denominó la Web 2.0. La Web 2.0 se caracteriza por otorgarle una posición activa al usuario. Lo que antes era un espacio de información estática en HTML (Web 1.0) donde los consumidores detentaban un rol fuertemente pasivo se transforma ahora en un campo de acción en donde la interactividad y el *crowdsourcing* son conceptos centrales en la construcción de sitios online como, por ejemplo, la enciclopedia Wikipedia, la creación de catálogos en Amazon o el agregar sitios de interés a un sistema de *mapping* como sucede con Google Maps (O'Reilly, 2004).

Bajo estas condiciones se puede ver con otra luz ese pasaje de lo impreso a lo digital que fue previamente mencionado: aquí también los lectores cuentan con un alto grado de participación que varía dependiendo de las posibilidades que habilite el formato de las publicaciones. En relación a esto aparece el concepto de un nuevo agente, el *prosumer*, que pendula versátilmente entre el rol del productor y del consumidor. La variabilidad de esta figura parecería generar como efecto enunciativo cierta horizontalidad en la comunicación, donde ninguna palabra es completamente jerárquica (Scolari, 2008).

Situándonos en el problema particular de la crítica de cine y su transposición al campo de la digitalidad también se observan estos fenómenos, aunque no existe bibliografía específica que analice, ni de manera general ni centrándose en casos puntuales, las características que se desprenden de este pasaje. La mayoría de los textos abordan la temática de manera marginal. Pueden encontrarse artículos académicos que tratan de dilucidar con mucha generalidad el destino de la crítica en este nuevo territorio: “vale la pena registrar que el dispositivo técnico parece habilitar nuevas posibilidades para los discursos críticos ligadas a la multiplicación y la generalización, tanto para la multiplicación de los discursos críticos preexistentes como para el desarrollo de nuevas propuestas discursivas siguiendo su modelo de producción” (Cappa, 2010).

Tomando el surgimiento de nuevas formas discursivas como uno de los posibles efectos de la digitalización de la crítica de cine, es preciso definir qué se entiende por este género. Genette, aunque parte del campo del análisis literario, da una primera aproximación en la que plantea que las operaciones fundamentales de la crítica son la descripción, la interpretación y la apreciación de las manifestaciones artísticas (Genette, 2002). Por su parte, Jorge B. Rivera plantea que la crítica "se propone por lo general la exégesis del sentido de la obra y el establecimiento de un juicio de valor sobre ella. O, de modo más sumario, se propone una interpretación y una estimación (con todas las cautelas que impone la subjetividad de lo valorativo)" (Jorge B. Rivera, 1995). La figura del crítico y su oficio también se entiende como un puente que permite el acceso del público a las obras "lo más fascinante de la estructura cultural contemporánea es cómo está abriendo amplio campo a múltiples instancias de mediación entre arte y público" (Jesús Pedro Lorente, 2005). Dada la ausencia de estudios que rastreen la estabilidad o modificación de estos rasgos constitutivos del género en la crítica cinematográfica digital, queda pendiente constatar la aparición de formas discursivas inéditas. Lo mismo sucede con el lugar que ocupa el crítico en este nuevo ecosistema fuertemente colaborativo donde confluyen las voces autorizadas de la crítica con la "mediatización del habla valorativa cotidiana" (Cingolani, 2007)

Se puede constatar que la crítica de cine en los medios digitales se desarrolla principalmente en los *weblogs* que permiten los comentarios del usuario inaugurando, según Scolari, espacios paratextuales de debate. Aunque la pertenencia de los *weblogs* es indefinida –aún no se ha podido establecer si son un medio, un género o si se inscriben en otra clasificación social– éstos contribuyen con el proceso de hipermediación entendido como una trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que implican la confluencia de lenguajes y medios y la aparición de nuevos sistemas semióticos caracterizados por la interactividad (Scolari, 2008). En otras palabras, los *weblogs* no sólo son espacios en donde el usuario participa activamente sino un entorno donde pueden convivir simultáneamente texto escrito, imágenes, videos o audios. Nuevamente, restará delinear cuáles son los impactos en que esto genera en el campo de la crítica de cine en formato digital.

2.2 Formulación del problema

El pasaje de la crítica de cine al formato digital hace emerger un intercambio entre los críticos y sus lectores, a la vez que parecería generar otros tipos de discursividades que se diferencian de los formatos más tradicionales de la crítica cinematográfica por las posibilidades que habilitan los nuevos formatos como blogs o plataformas en las que la interacción y colaboración del usuario son algo constitutivo. ¿Qué caracteriza esta escena enunciativa? ¿Se pueden registrar nuevas categorías o prácticas en la crítica de cine bajo esta nueva modalidad de intercambio? ¿Este pasaje hacia los medios digitales redefine alguna característica de la crítica como género o el rol que tradicionalmente se le atribuye al crítico?

Publicaciones digitales sobre cine (*)		Cinescalas	Hacerse la crítica	El Amante Cine
Clasificación Social	Tipo de medio	Blog	Sitio web	Revista online

(*) El weblog *Cinescalas* es un caso de los weblogs que surgen con el auspicio del diario La Nación, otros ejemplos son *Mi cocina amateur* o *El archivoscopio*. Por su parte, *Hacerse la crítica* comenzó como un weblog pero desde Marzo del corriente año se rearmó como un sitio web. Ambas publicaciones son de acceso gratuito mientras que *El Amante Cine* abandonó la edición impresa y pasó a ser una revista online con suscripción paga.

Publicaciones digitales sobre cine		Cinescalas	Hacerse la crítica	El Amante Cine
Análisis Retórico	Formato y asiduidad de las publicaciones	Posts diarios	Notas que se suben sin una regularidad temporal fija. Típicamente se actualiza dos o tres veces por semana	Edición de números mensuales (mantiene la regularidad de publicación que tenía la versión impresa)
	Presencia – Ausencia de hipertextos/paratextos en las publicaciones	Presenta hipertextos/paratextos	Presenta hipertextos/paratextos	Presenta hipertextos/paratextos
	Tipos de hipertextos/paratextos de las publicaciones	<ul style="list-style-type: none"> -Palabra escrita (por ejemplo citas a textos literarios) -Palabras con hipervínculo que redirigen a un nuevo enlace que puede estar dentro del blog o reenviarnos a otros sitios web. Aparecen en el cuerpo de la nota - Imágenes en .jpg y .gifs (en general de la película de la que trata el post) - Videos (escenas de películas, teasers, trailers, entrevistas a actores, entregas de premios, etc.), 	<ul style="list-style-type: none"> -Palabra escrita (por ejemplo citas a textos literarios o ficha técnica) -Palabras con hipervínculo que redirigen a otras notas del mismo sitio web sobre un tema relacionado al que desarrolla la nota fuente. Aparecen en el cuerpo de la nota. - <i>Tags</i> a palabras clave - Imágenes en .jpg (de los afiches oficiales o escenas 	<ul style="list-style-type: none"> -Palabra escrita (por ejemplo citas a textos literarios, aviso de que la nota es “A favor” o “En contra”, ficha técnica) -Palabras con hipervínculo que redirigen a las notas de diferentes críticos que escriben sobre la misma película. No aparecen en el cuerpo de la nota sino en la subdivisión de las categorías. - Imágenes en .jpg

		- Audios (en general de canciones, discos, playlists o entrevistas)	de las películas)	(escenas de las películas)
	Índice de categorías de acceso a la publicación	<p>A la deriva /Aniversario/Antes y después/ Baboseo/ Banda de sábado/Cholulismo/Autobombo Alert!/ Cine y literatura/Cine y música/Cita de domingo/Concurso/Críticas/</p> <p>Cumplepost/Deathmatch/Diario de rodaje/El cine bajo la mirada de.../El cine por las ramas/El libro de Cinescalas/El mejor papel de.../Emmys/Entrevistas</p> <p>/Estrenos/Festejos/Festivales/Filmá tu propio corto/Filmá tu propio videoclip/Foto de domingo/Homenajes/Hoy escribís vos en Cinescalas/La escena del día/La mejor película de.../La mejor película para.../La película de Cinescalas/La película de mi semana/La peor película para.../Las playlists de los jueves/Lo mejor del año/London Day/Los posts más comentados/Open Post/Oscars/Playlist de jueves/Podcast/ Porque si/Por favor rebobinar/Series/Tema de sábado/Viernes de finales/Voy a ver</p> <p>(Aclaración: las categorías suelen tener días estipulados para su</p>	<p>- Estrenos</p> <p>- Sin salas</p> <p>- Textos</p> <p>- Entrevistas</p> <p>- Eventos</p> <p>(Aclaración: todas las categorías se actualizan semanalmente. Alguna se actualiza con mayor frecuencia que otras, por ejemplo Estrenos tiene presenta más actualizaciones que Eventos)</p>	<p>- Estrenos</p> <p>- Dossiers</p> <p>- Festivales</p> <p>- Llego tarde</p> <p>- Especiales</p> <p>- Obituarios</p> <p>(Aclaración: no todas las categorías se cubren de número a número, por ejemplo, no siempre hay Dossiers u Obituarios)</p>

		actualización. Por ejemplo, Deathmatch se actualiza todos los miércoles mientras que Cumplepost se actualiza solamente en el aniversario de creación del blog)		
	Espacios para los comentarios del usuario	<p>Alto</p> <p>El usuario puede comentar los posts.</p> <p>Se avisa por otro medio (el Facebook oficial del blog) la consigna para el próximo post para que el usuario vaya reflexionando sobre la temática que se abordará.</p> <p>El nivel de intercambio puede o no ser simultáneo y es muy fluido: cada post suele tener no menos de 100 comments.</p>	<p>Medio</p> <p>El usuario puede comentar las notas.</p> <p>El nivel de intercambio puede o no ser simultáneo, pero no es muy fluido, hay pocos comentarios por nota.</p>	<p>Bajo</p> <p>El usuario no puede comentar en el sitio web.</p> <p>Se puede enviar un mensaje privado al sitio pero que no tiene visibilidad pública.</p>
	Existencia de un archivo de consulta	<p>Cuenta con un Database de todas las películas que fueron mencionadas en los posts que incluye una ficha técnica breve y el puntaje que le dio el blog.</p> <p>Se pueden consultar las entradas a posts anteriores.</p>	<p>Se pueden consultar las entradas a notas anteriores.</p>	<p>Se pueden consultar los números anteriores.</p>

	Difusión de la publicación en otros medios	Facebook, Twitter, Vimeo, Tumblr, Flickr, Ideame.	Facebook, Twitter.	Facebook, Twitter, sitio web que publicita la publicación y el contenido del número pero no permite el acceso a las notas.
--	---	---	--------------------	--

Publicaciones digitales sobre cine		Cinescalas	Hacerse la crítica	El Amante Cine
Análisis Enunciativo	Construcciones textuales por comentarios de los usuarios	<p>Los comentarios de los usuarios son centrales para el funcionamiento del blog porque de ellos se desprenden nuevas posiciones que reafirman o polemizan el contenido del post, pero también porque <i>Cinescalas</i> está basado en un sistema de consignas. Además los comentarios generan nuevos posibles posts. En este ejemplo se pueden apreciar ambos movimientos: “<i>Retomamos la semana del blog con dos consignas: 1. ¿Cómo continuarían sus películas favoritas con final</i>”</p>	<p>Los comentarios no son centrales para el desarrollo de la página web, que puede existir sin ellos. Se constatan muy pocas interacciones que impliquen un debate que pueda llevar a repensar algo sobre lo escrito. Los comentarios de los usuarios tiene que ver con el acuerdo o desacuerdo frente a la postura del crítico, por ejemplo: “Excelente descripción y crítica!!! Conuerdo con todo” o “La persona que realizó la crítica evidentemente no tiene idea</p>	<p>No presenta intercambio público con el usuario.</p>

		<p><i>abierto? ¿Cómo fantasean que siguen esas historias? 2. Me gustaría armar una nueva playlist con la propuesta de mejores canciones para bailar de a dos”)</i></p> <p>Los comentarios colaboran con la construcción de cánones: por ejemplo, en el post de la categoría Deathmatch, los usuarios opinan sobre la consigna “Mejores protagonistas masculinos en el cine” La moderadora del blog reunió todos los comentarios y creó un álbum en el Flickr de <i>Cinescalas</i> con las fotos de los actores propuestos por los usuarios.</p>	<p>de quién es Spiderman, es un poco ridículo leer en una página de crítica especializada de cine a alguien que no ha leído una página del comic.”</p> <p>En la mayoría de los comentarios de los usuarios hay una exigencia de calidad al texto, o el señalamiento de las competencias que le faltarían al crítico para hablar de cierta película. Más que un debate esto inaugura una disputa entre el crítico y el usuario por definir quién sabe más o quién está en condiciones de opinar y quién no; un sistema de corrección en el que el que comenta pretende enmendar los errores del que escribe. Frente a esto se encuentran los comentarios que concuerdan con la crítica, la halagan y parafrasean lo que ella dice. Esto</p>	
--	--	---	--	--

			configura un intercambio poco constructivo, a diferencia del caso de <i>Cinescalas</i> .	
	Figura del crítico e interacción con el usuario	A pesar de poseer un saber especializado, el crítico no se presenta como el poseedor de la palabra autorizada sino como un moderador que organiza las textualidades y está a la par del usuario. El nivel de interacción entre el crítico y el usuario es alto y, se podría decir, casi indispensable.	El crítico detenta un saber especializado sobre el lenguaje cinematográfico pero combinando este saber con una impronta informal. La interacción con el usuario es media, puede o existir o no, pero no es algo constitutivo para el crítico.	Por la nula voluntad de interacción con el usuario, se podría pensar que el crítico que recorta esta publicación, que también detenta un saber especializado sobre el lenguaje cinematográfico combinando con una impronta informal, no es muy accesible para el debate.
	Escena enunciativa que se recorta	Hay una primera voz que abre el juego y lo regula, que es la del moderador. Luego se abren muchas voces que son las de los usuarios, en la que también participa el moderador como si fuera “uno más”. Esto va construyendo un intercambio	Hay una voz que parece ser respetada como un lugar jerárquico. En este caso, a diferencia de lo que sucede en <i>Cinescalas</i> , hay una verticalidad que supone una asimetría entre enunciador y enunciatario.	Al igual que en el caso de <i>Hacerse la crítica</i> , en <i>El Amante Cine</i> hay una escena enunciativa asimétrica dada por la posición jerárquica del enunciador frente al enunciatario.

		horizontal en donde el efecto enunciativo que se genera es que todas las voces tienen la misma importancia. También se percibe una idea de comunidad y una sensación de pertenencia a un grupo.		
--	--	---	--	--

Componente 4: Fuentes

Fuentes:

Genette, G. (2005) *Figuras V*, Buenos Aires: Siglo XXI

Lipovetsky, G., Serroy, J. (2009) *La pantalla global Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona: Gedisa

Manovich, L. (2001) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Gedisa

O' Really (2005) *What is Web 2.0. Desing and Business Models for the next generation of software.*

Orihuela, J. L. (2004): “Los *weblogs*: de la revolución a la consolidación” en *Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui* N° 85. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Rivera, Jorge B (1995) *El periodismo cultural*, Buenos Aires: Paidós.

Scholaris, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* Barcelona: Gedisa.

Steimberg, O. (1998) *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires: Atuel, Colección del Círculo Buenos Aires para el estudio de los lenguajes contemporáneos.

Tassara, M. (2001) *El Castillo de Borgonio. La producción de sentido en el cine*, Buenos Aires: Atuel.

Traversa, O. (2001) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Revistasigno & seña* N° 12. Buenos Aires: Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Vanoli, H. (2008) “La superficie blog. Usos, géneros discursivos y sociabilidades ante la imaginización de la palabra” en *Urresti, Marcelo (editor) Ciberculturas Juveniles*, Buenos Aires: La Crujía.

Verón, E. (1998) *La semiosis social*, España: Gedisa

Verón, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*, Barcelona: Gedisa.

Wolton, D. (2000) *Internet ¿y después?*, Barcelona: Gedisa.

Componente 5: Plan de medios

Producto 1: Ensayo periodístico para el suplemento cultural *ADN Cultura*

El medio en el que se publicará el ensayo o nota periodística es el suplemento cultural *ADN Cultura* dependiente del diario *La Nación*. Esta publicación es semanal y se distribuye todos los viernes. Está dirigida a un público interesado en las artes pero no especializado en ellas. Además de artículos periodísticos sobre las artes visuales, audiovisuales o literatura se puede encontrar una agenda cultural, entrevistas o cuestionarios a personalidades artísticas. El estilo de escritura de la publicación usa cierto lenguaje específico de cada lenguaje artístico pero en un tono informal, alejado de lo fuertemente académico, que el ensayo respetará.

El ensayo periodístico está pensado para una sección dedicada al cine. Lo interesante de esta publicación es que las secciones van variando de un número a otro, entonces los nombres o categorías pueden modificarse. Por lo tanto, en este caso la nota se ubicaría en la sección Cine: Crítica. El formato será un doble paginado que incluirá recuadros e imágenes pertinentes al tema que ahondará en las nuevas posibilidades que la digitalidad le otorga a las publicaciones virtuales y, más específicamente, a las que se dedican al cine. Se tomará como ejemplo el caso del weblog *Cinescalas*, –que además es de la casa ya que pertenece al conglomerado de weblogs auspiciados por el diario *La Nación*– y se describirán los recursos y rasgos que lo convierten en la publicación que mejor provecho saca de las nuevas tecnologías.

Producto 2: Entrevista a Milagros Amondaray, creadora del blog *Cinescalas*

La entrevista formará parte de un segmento ficticio similar a *Primer Plano* de Alan Pauls en el canal de cable I.Sat. En líneas generales este canal se caracteriza enarbolar la bandera de “lo independiente”: películas, series y cineastas que son agrupados en esta denominación, entendida como un conjunto de voces fuera del circuito audiovisual *mainstream* al que se le da un espacio central en la programación. Además, en los últimos años el canal se ha acercado a producciones cinematográficas argentinas e incluso ha sido uno de los auspiciantes en las últimas dos ediciones del BAFICI. La audiencia que recorta es la de un espectador que gusta de rarezas audiovisuales y que forja un criterio autónomo desestimando la agenda que marca las producciones masivas. El estilo que define a este canal es el humor cáustico, la búsqueda de la originalidad y la informalidad.

La entrevista tendrá una duración de entre 6 a 10 minutos y no se emitirá completa sino por fragmentos intercalada con los espacios publicitarios. La sección tendrá un nombre (todavía a definir) y consistirá en una autopresentación del crítico al que luego una voz en *off* hará preguntas que lo pondrán en jaque y que estarán motivadas por alguna anécdota que se desprenda de su publicación. La idea es mantener el estilo del canal pero a la vez difundir una publicación sobre cine mediante una entrevista descontracturada y con humor. Milagros Amondaray será sólo una de las invitadas, ya que este segmento ficticio invitará a otros críticos de cine a realizar la misma experiencia.

Producto 3: Evento de coaching intensivo para aquellos que quieran interiorizarse sobre las herramientas que ofrecen los medios digitales en función de optimizar el rendimiento de sus publicaciones virtuales.

El evento se realizará en la sede del Área Transdepartamental de Crítica de Artes del IUNA. Debido a que allí se dicta la Licenciatura en Crítica de Artes y a que las publicaciones culturales están avanzando progresivamente hacia el formato digital, éste es un lugar idóneo para realizar dicha actividad. La charla está abierta a toda la comunidad pero destinada especialmente a todos aquellos interesados en explotar al máximo los recursos que los medios digitales tienen para ofrecerle a una publicación virtual: críticos de arte, periodistas de todas las especialidades, entre otros.

El evento tendrá una duración de 10hs repartidas en dos bloques de 5hs, con un intervalo de 1hs. La asistencia será arancelada y el cupo únicamente de 12 plazas. En el primer bloque se debatirá sobre el proceso de hipermediación y el impacto que tuvo para los medios tradicionales mediante bibliografía específica de ese tema. Además se presentará un análisis minucioso de publicaciones en las que existe una fuerte interacción con los recursos que proporcionan los medios digitales para que los asistentes vean un ejemplo aplicado. En el segundo bloque se dividirán en dos grupos de seis personas y el evento adoptará la modalidad de un *workshop* en equipos donde la consigna será pensar en la aplicación de estrategias concretas a partir de publicaciones ficticias que se le asignarán a cada grupo, siempre teniendo algún punto de partida para que haya una situación concreta de la cual partir. Los docentes que antes eran expositores se transformarán ahora en facilitadores, acercándose al grupo y guiando la actividad cuando sea necesario.

Componente 6: Plan de escritura

Producto 1: Ensayo periodístico para el suplemento cultural *ADN Cultura*

Primero se planteará de manera general la problemática general del inevitable pasaje de una gran parte de los medios gráficos a lo digital. Luego se pesará en cómo esto impacta en el caso de publicaciones culturales, pero también en publicaciones que tienen otros campos de acción distintos al cultural. Aquí se buscarán ejemplos de estos otros campos y describirlos brevemente.

Después se plantearía el caso particular de lo que sucede con la crítica de cine y se daría como ejemplo emblemático el caso de El Amante Cine incluyendo un poco de trasfondo sobre los motivos de su pasaje a la virtualidad que fueron principalmente económicos. Se señalaría que la revista digital trató de mantenerse completamente fiel a su edición en papel. Aquí cuestionaríamos esa decisión: ¿por qué se creyó que mantenerse igual iba a ser mejor? Nombrar que hubo un surgimiento de muchos sitios y blogs de crítica de cine y que en algunos se aparece una fuerte apropiación de las herramientas que habilita lo digital y se expone el caso de *Cinescalas* que ilustra esa apropiación. Después nombrar que la mayoría

de las publicaciones de crítica de cine digital no explotan las posibilidades del proceso de hipermediación. El artículo se cierra con la conclusión de que ya no alcanza con escribir textos interesantes sobre cine, plantear que los críticos de cine también deben reflexionar sobre la manera en la que dan a conocer lo que escriben, dejando en claro que ese es un campo a explorar.

El ensayo periodístico tendrá dos recuadros. En el primero se citará brevemente la opinión de Milagros Amondaray sobre la crítica de cine y su interacción con la dimensión digital e incluirá su foto. En el segundo se indicarán una serie de *tips* a tener en cuenta si se quiere mejorar la interacción de una publicación virtual con sus lectores.

Producto 2: Entrevista a Milagros Amondaray, creadora del blog *Cinescalas*

El segmento tendrá un clip audiovisual introductorio con el logo del nombre y un acompañamiento musical. Se ubicará al entrevistado sentado, frente a cámara y se pondrá otra cámara que además capte su perfil. Aquí se hará un plano medio y se le pedirá al crítico que haga una autopresentación breve. La idea es trabajar con planos cerrados y primeros planos para captar los gestos de la entrevistada frente a cada pregunta que le realizará una voz en *off*. Las preguntas van a tener que ver con anécdotas que se extraigan de su blog *Cinescalas* y que tengan algún condimento curioso, gracioso, vergonzoso o polémico para la entrevistada. Serán no más de 6-8 preguntas de las cuáles una sola permanecerá inalterable aunque cambie el entrevistado y con la que se cerrará el segmento: “¿qué significa en tu vida la crítica de cine?” Finalmente se le pedirá a la entrevistada que invite a los televidentes a leer su blog y a que continúen siguiendo la programación de Isat. Se cierra con el mismo audiovisual de apertura pero esta vez el acompañamiento musical se reemplaza por el sonido en *off* de la preparación de la entrevistada para la filmación del segmento y finalmente, aparecen los créditos. La entrevista se dividirá en dos partes y se emitirá intercalada entre los espacios publicitarios.

Producto 3: Evento de coaching intensivo para aquellos que quieran interiorizarse sobre las herramientas que ofrecen los medios digitales en función de optimizar el rendimiento de sus publicaciones virtuales.

Primer bloque:

Presentación oral de una selección de textos bibliográficos (aún a definir) sobre el tema a tratar acompañados por la proyección de diapositivas que resuman en cuadro sinópticos los conceptos centrales. Puede usarse una presentación Power Point o programas más interactivos como Prezi. Luego se hará un análisis de una selección de casos de publicaciones digitales que saquen provecho de las herramientas que proporciona el formato digital (aún a definir) que provengan del campo cultural y de otros campos de acción diferentes. Aquí también se trabajará con una presentación de diapositivas y se deberá contar con conexión a Internet por si los docentes necesitan tener acceso a otros

contenidos para mostrar a los participantes. Los inscriptos podrán acceder a todo este material y también a un listado de bibliografía recomendada especialmente confeccionado para la ocasión a los que podrán acceder mediante una cuenta de Dropbox que se creará específicamente para el evento.

Segundo bloque:

Los asistentes se dividirán en dos grupos de seis personas cada uno. Los docentes darán una consigna diferente por grupo (aún a definir) que deberá ser resuelta. Los participantes tienen una hora y media para trabajar por cada uno por separado y otra hora y media para socializar las propuestas propias con el resto del grupo. Luego restarán dos horas para la puesta en común del trabajo de los dos grupos.