



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Podcasts sobre cine : ¿una nueva forma de crítica cinematográfica?

Autores (en el caso de tesis y directores):

Matías Eduardo Carricart

Ana Broitman, tutora

Máximo Eseverri, co-tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2021

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Carrera Ciencias de la Comunicación



**PODCASTS SOBRE CINE:
¿UNA NUEVA FORMA DE CRÍTICA CINEMATOGRAFICA?**

Grupo de Investigación en Comunicación

“Circulación, recepción y crítica de cine en la Argentina”

Directores: Ana Broitman y Máximo Eseverri

Tesina de grado

Autor: Matías Eduardo Carricart

Tutora: Ana Broitman

Co-tutor: Máximo Eseverri

DNI: 34.482.442

matiascarricart@hotmail.com

PODCASTS SOBRE CINE

¿UNA NUEVA FORMA DE CRÍTICA CINEMATOGRAFICA?

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1 Problema de investigación	4
1.2 Objetivos	5
1.3 Hipótesis	5
1.4 Metodología	5
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	7
2.1 La radio: evolución técnica y usos sociales	7
2.1.1 La radio en la Argentina	8
2.2 La prensa cinematográfica en la Argentina	11
2.2.1 Actualidad y desafíos de la crítica de cine	15
2.3 El cine en la radio	17
3. MARCO TEÓRICO	20
3.1 Perspectivas teóricas sobre la crítica de cine	20
3.1.1 La perspectiva semiótica	20
3.1.2 La perspectiva de la sociología de la cultura	22
3.1.3 La perspectiva de la historia cultural de la cinefilia	23
3.2 La radio en el entorno digital: transformaciones y usos	24
3.2.1 El celular como nuevo dispositivo	25
4. HISTORIA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PODCASTS	27
4.1 Antecedentes: radios alternativas, fanzines, stands ups y sitcoms	27
4.1.1 Radios alternativas	28
4.1.2 Sitcoms y stands ups	29
4.1.3 Fans y fanzines	29
4.2 Características y tipos de podcasts	31
4.2.1 Redes de podcasts	34
4.2.2 Causas del auge del formato	37
4.2.3 La influencia del <i>streaming</i> y las plataformas de consumo audiovisual	40
5. PODCASTS DE CINE	43
5.1 Relevamiento de podcasts de temática cinematográfica	43

5.2. Clasificación de los podcasts sobre cine	44
5.3 Plataformas y modos de consumo	45
6. CONSTRUCCIÓN Y ANÁLISIS DEL CORPUS	47
6.1 <i>Hoy Trasnoche (Posta)</i>	47
6.1.1 Estructura	49
6.1.2 Crítica	50
6.1.3 Recepción	56
6.2 <i>Krakozeria Podcast</i>	57
6.2.1 Estructura	59
6.2.1 Crítica	60
6.2.3 Recepción	63
6.3 Similitudes y diferencias entre <i>Hoy Trasnoche</i> y <i>Krakozeria Podcast</i>	64
7. CONCLUSIONES	68
8. BIBLIOGRAFÍA	71
9. ANEXOS	76
9.1 Entrevistas	76
9.1.1 Christian Di Pasquo, fundador de la productora de podcasts Lunfa y de la página web Argentina Podcastera	76
9.1.2 Fiorella Sargenti, conductora de <i>Hoy Trasnoche</i>	84
9.1.3 Crítico y Cítrico – Podcaster de <i>Krakozeria Podcast</i>	86
9.2 Relevamientos	90
9.2.1 Podcasts de cine	90
9.2.2 Podcasts de cine publicados en Spotify	92
9.2.3 Programas radiales dedicados exclusivamente al cine	93
9.2.4 Programas radiales que incluyen secciones temáticas de cine	93

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema de investigación

El presente trabajo propone analizar la aparición, en los últimos años, de los podcasts como modo de ejercicio de la crítica cinematográfica, que no suplanta a la radio tradicional sino que convive con ésta.

Desde su surgimiento en el año 2000 han tenido varias transformaciones. En la actualidad se entiende a los podcasts como programas radiofónicos largos, especializados en algún tema, siempre para ser escuchados en diferido. Si bien en sus comienzos tuvieron una realización mayoritariamente independiente y amateur, en los últimos años surgieron productoras que aportaron a la profesionalización del formato; así como plataformas que los agrupan en las que pueden escucharse sin necesidad de descarga. Y hasta los grandes medios han comenzado a producir los suyos. Una de las características que los diferencian de la radio tradicional es que se manejan con temas de nicho, de los cuales el cine es uno de los más recurrentes.

La crítica de cine no permaneció ajena a esta nueva posibilidad de ejercer su rol. Así como las revistas especializadas se vieron modificadas por la aparición de las páginas web y los blogs, los podcasts surgen como un nuevo espacio para desarrollar una crítica con otros métodos de selección de las películas a analizar. Los hay que se abocan a la revisión de la obra de un autor, los que abordan los antecedentes de un género y hasta los que tratan exclusivamente una franquicia o saga, hechos por fanáticos de la misma.

De esta manera, los podcasts le abren una nueva posibilidad a la crítica de cine para hablar de películas que no pertenecen al circuito comercial, como ocurrió históricamente con el cine independiente o "de autor". E incluye a aquellas cuyo estreno se da directamente a través de diversas plataformas de *streaming* o que no tienen una distribución legal por canales oficiales.

Así como se le da un nuevo espacio a aquellas películas que no suelen tenerlo en la radio tradicional, los podcasts, como un nuevo medio de comunicación digital, también le brindan la posibilidad a nuevas voces, muchas de ellas de fanáticos del cine en toda su variedad. De esta manera, se amplía el campo de la crítica cinematográfica y se pone en disputa el capital simbólico del crítico tradicional.

1.2 Objetivos

Objetivo general:

Problematizar el rol de la crítica cinematográfica y los críticos en el marco del surgimiento de un nuevo medio digital como lo es el podcast.

Objetivos específicos:

Indagar en el surgimiento del *podcasting* y cuáles son las características que lo diferencian de la radio tradicional.

Realizar un relevamiento de los podcasts existentes de producción nacional, cuya temática principal sea la cinematográfica, y establecer una tipología.

Analizar las críticas que se realizan en los podcasts de cine y relacionarlo con el desarrollo histórico de la crítica cinematográfica en la Argentina.

Analizar cómo es la recepción por parte de los oyentes de los podcasts a través de las páginas y las redes sociales de los mismos.

1.3 Hipótesis

La transformación de los medios de comunicación y la aparición de otros nuevos ha influido en las formas adoptadas por la crítica de cine a lo largo de su historia. La llegada de Internet, inicialmente, fue una posibilidad para la expansión desde los formatos en papel hacia los digitales. Adicionalmente, con la reconfiguración de algunos medios fueron apareciendo otras oportunidades para el ejercicio de la crítica de cine, que encontró más posibilidades de circulación que en los medios tradicionales. Los podcasts fueron una de esas oportunidades. Asimismo, la posición de autoridad del crítico se puso en discusión, ya que los podcasts democratizaron el acceso a este campo al incorporar las voces de los fanáticos.

1.4 Metodología

Le realización de esta tesina se inscribe dentro del marco del Grupo de Investigación y Comunicación “Circulación, recepción y crítica de cine en la Argentina”, dirigido por Ana Broitman y Máximo Eseverri, que estudia –desde una perspectiva que combina la

historia de los medios, la historia cultural y el análisis sociológico— la circulación, recepción y consumo del cine en el país.

Luego del relevamiento inicial de productoras de podcasts y un directorio se delimitó un corpus conformado por dos de los podcasts de cine más escuchados: *Hoy Trasnocche*, realizado por el guionista Santiago Calori y la periodista Fiorella Sargenti para la productora Posta; y *Krakozhia Podcast*, realizado por críticos y estudiantes de cine amateurs. Esta selección se debe a que ambos cumplen con varias de las características de los podcasts de cine, pero además son distintos entre sí: en su estructura, en la forma de la crítica que practican y en la concepción misma del podcast. De este modo pudimos describir y analizar similitudes y diferencias a partir de la comparación.

Para esta investigación, se apeló a una metodología de tipo cualitativa. Se recopilaron y analizaron distintos capítulos de los podcasts *Hoy Trasnocche* y *Krakozhia Podcast* con el objetivo de descubrir cuáles son sus objetivos, cómo es la crítica que realizan y cómo es su relación con los oyentes. Además, se realizaron entrevistas a los realizadores de dichos podcasts para saber por qué eligieron este formato para hablar de cine, qué concepto tienen del mismo y cuál es la misión que idearon para sus podcasts.

Por otro lado, se utilizó material bibliográfico y periodístico para hacer un recorrido histórico de la crítica de cine en Argentina. Paralelamente se desarrolló un recorrido historiográfico de la radio, su alcance social y las modificaciones hasta la actualidad y la llegada del podcast como nuevo medio digital.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 La radio: evolución técnica y usos sociales

Para llegar a la actualidad de los podcasts, no se puede dejar de lado la historia de su antecedente más cercano: la radio. Para esto, primero tomaremos la línea de tiempo que desarrolla Raymond Williams (1996) sobre cuáles fueron los alcances de esta tecnología a medida que iba evolucionado.

En la primera etapa, entre 1885 y 1911, la radio fue concebida como una forma avanzada de la telegrafía. Formaba parte de un sistema primario de comunicaciones del sistema militar y comercial que estaba en desarrollo. Los objetivos de esta primera etapa eran transmitir información y mantener el contacto y el control.

La segunda etapa es de difusión y sirvió como respuesta al desarrollo de un sistema social, económico y político extendido. La centralización del poder político llevó a la necesidad de emisión de mensajes por vías no oficiales. Esa difusión, en la primera etapa, se realizaba por la palabra oral dentro de cada grupo social y había instituciones específicas para realizarla como las iglesias, las escuelas, las asambleas, entre otras. En esta segunda etapa, entró la radio para cumplir esa función de difusión que la iglesia y la escuela no podían cumplir. En un período de gran movilidad, la comunicación social se redefinió y la radiodifusión, para Williams, fue “una forma nueva y poderosa de integración social y control” (Williams, 1996: 166).

El Estado intervino en la radiodifusión a través de la distribución de las longitudes de onda, pero esto siempre venía acompañado de otras directivas. En la década del 20, la radio pasó a ser considerada un bien durable de consumo, caracterizado por la centralidad de la casa familiar y su contraparte: la movilidad laboral en el marco de la vida urbana. La privatización de la pequeña casa familiar trajo la necesidad de una nueva forma de contacto. Las noticias y el entretenimiento entraron a las casas.

Algunas personas hablaban de las nuevas máquinas como de simples aparatos, pero siempre fueron mucho más que eso. Eran la tecnología aplicada de un conjunto de intereses y respuestas dentro de los límites y las presiones determinantes de la sociedad industrial capitalista (Williams, 1996: 69).

Este aparato fue mejor recibido por quienes tenían menores oportunidades sociales y carecían de acceso a otros lugares de esparcimiento o de información. Hasta este punto, la transmisión era más importante que el contenido, pero esto se revirtió en la década siguiente. Se traspasó el límite de los lugares de trabajo y de las grandes urbes. La gente que vivía lejos de las aglomeraciones ahora estaba cerca. La radio sirvió para ingresar a los hogares y en el estilo de vida de las personas.

2.1.1 La radio en la Argentina

Ya pasaron más de cien años de la llegada de la radio a la Argentina. Fue el 27 de agosto de 1920 cuando Enrique Telémaco Susini, Luis Romero Carranza, César José Guerrico, Ignacio Gómez Aguirre y Miguel Mujica, realizaron una de las primeras transmisiones radiales en el mundo al transmitir la ópera *Parfisa*, de Richard Wagner, desde la terraza del Teatro Coliseo. Aunque no fue la primera comunicación radial en el país, el entusiasmo por parte de este grupo de médicos fue una muestra más de la que vivió el país con respecto a este nuevo medio de difusión. Si bien los pioneros pertenecían a la burguesía y la alta burguesía porteña, el movimiento se convirtió en un fenómeno de masas, tal como expone Beatriz Sarlo en *La imaginación técnica* (1992).

Después de la Primera Guerra Mundial, muchos inmigrantes llegaron al país para radicarse. En sus valijas, estaban las radios a galena. En los primeros años, la vocación técnica, junto al placer de la comunicación a distancia, llevó a construir una red compuesta por emisoras y revistas que conectaban a los radioaficionados. Se intercambiaban consejos, suministros y experiencias. Hasta el estadio Luna Park fue escenario de una exposición para buscar herramientas. Las transmisiones no eran únicamente un acto de recepción pasiva, sino que también se podía emitir. Para Sarlo, el “saber hacer” potenciaba el disfrute. A eso se sumaba la fascinación por el carácter fantástico que tiene la radio al comunicarse con lo que no se ve y superar los límites de la materialidad corporal de los sentidos.

Pero también existía el sector social que solo era oyente. Este grupo compraba los aparatos terminados y, para ellos, la radio no era un hobby de construcción, sino un pasatiempo que solo servía para escuchar. Solían ser el público de las empresas de *broadcasting*. Este público, luego será la base para el desarrollo de las industrias culturales en las próximas décadas. De la fascinación técnica inicial surgió una configuración de un lenguaje, código y prácticas propios del sistema radiofónico.

En los primeros años, la programación consistía en la transmisión de acontecimientos. Podían ser presentaciones de orquestas, teatros o eventos deportivos. Radio Argentina fue la primera en conseguir una licencia en 1921 y, al año siguiente, se sumaron Cultura, Sudamérica y Brusa, aunque algunas de ellas solo pasaban avisos publicitarios. Como pocos hogares tenían un aparato, era común que hubiera reuniones en lugares públicos. Un ejemplo de esto fue la pelea de boxeo entre Luis Ángel Firpo y Jack Dempsey el 14 de septiembre de 1923, con una gran cantidad de público agolpándose en las oficinas del diario *La Nación* para escuchar la lectura de los cables, un hecho que sirvió para estimular la compra de aparatos. A partir de 1925, la escucha se trasladó al ámbito privado del hogar. La radio a galena es desplazada por el parlante, que se publicitaba como “para toda la familia” (Sarlo, 1992: 40).

Respecto a la programación, la música fue un elemento indispensable en los primeros años, ya sea a través de actuaciones en vivo o de la reproducción de música grabada. El tango y la música clásica fueron los dos estilos de preferencia. También se formaron los multimedios, con la fundación de las propias radios de los diarios *La Nación* y *La Razón*.

A partir de 1930, la programación se diversificó y fue en busca de nuevos públicos. Según Andrea Matallana (2006), los programas comenzaron a ser pensados en relación a dos ejes: por un lado, captar el interés de aquellos que tenían un aparato en su casa y, por el otro, la necesidad de educar culturalmente al oyente. La vida doméstica fue el centro en estos años por dos motivos: la generación de los temas en los programas (lo cotidiano) y el espacio que ocupaba la radio físicamente en el hogar.

En 1935 comenzó el auge de los radioteatros que duró hasta 1945, mientras que los magazines que perduran hasta la actualidad tuvieron su inicio en 1940. Con la diversidad en la programación, la escucha pasó a ser individual. Esto quiere decir que había programas para todo gusto y edad, mientras que aquellas familias que eran de buen pasar económico, podían darse el gusto de tener un aparato en cada ambiente de la casa. A diferencia de los primeros años en donde había una escucha colectiva, ahora podía darse en soledad. En estos años también se integraron las empresas más importantes con emisoras de otras localidades, siendo Buenos Aires la cabecera. Fue así que se formaron Radio El Mundo, Radio Belgrano y Radio Splendid. Desde 1923 hasta 1947 se dieron varios cambios: la ampliación en la banda de emisión (de entre 4 y 8 horas diarias a 16), el aumento de publicidad, la incorporación de más programación (informativos, radioteatros, infantiles), la transmisión de más deportes (al fútbol y el boxeo se agregaron el turf y el Turismo Carretera), las nuevas emisoras que

se formaron, la aparición de revistas dedicadas al medio y la conformación de un *star system* radiofónico. La convergencia de las industrias, junto a un impulso de estrategias comerciales, favoreció, para Cecilia Gil Mariño (2015), el desarrollo de un círculo virtuoso de consumo. Fue un cambio en el modo de consumo y de producción de los medios.

Durante la década del 40, se dieron varios cambios en cuanto a la propiedad de los medios. Radio Belgrano fue suspendida por la interrupción de la cadena nacional de un discurso del presidente Juan Domingo Perón. Cuando la suspensión se levantó, se le removieron a Jaime Yankelevich las licencias de Radio Belgrano, y la cadena de radios que había formado.¹ Si bien el Estado le compró las radios a Yankelevich, el mismo continuó desempeñándose como director general de estas emisoras. En febrero de 1952, falleció el empresario búlgaro que tanto había hecho por la radio y que en los últimos meses se había dedicado a traer la televisión al país.

Para la década del 50, casi todas las emisoras se habían incorporado a la órbita estatal. En octubre de 1953 se sancionó la Ley 14.241 de Servicio de Radiodifusión que organizaba al sistema en cuatro redes: tres privadas y una a cargo del Estado. Al año siguiente, la mayoría de las radios habían sido adquiridas por empresarios afines al gobierno. En 1957, ya sin Perón, derrocado por la autodenominada Revolución Libertadora, se privatizaron las emisoras que habían sido intervenidas por el Estado. Muchos de los artistas afines al peronismo fueron prohibidos.

En 1956 comenzaron a aparecer las primeras radios portátiles a transistores, que se diferenciaban de las anteriores por tener un formato “de bolsillo” y se popularizaron en la década del 60. Frente al avance de la televisión, la radio adquiría la capacidad de portabilidad. Sin embargo, no fue posible evitar la migración de figuras de un medio a otro. Respecto a los contenidos, la música y la información ganaron lugar frente a los radioteatros. En los 60 también aparecieron las productoras, que no solo se encargaban de lo artístico, sino también de lo comercial y hasta tenían sus propios estudios de grabación.

Precisamente, en la década siguiente apareció la FM (Frecuencia Modulada) que fue destinada mayoritariamente a la música, mientras que las AM quedaron para la información. La mañana fue la franja explotada por la radio con los magazines que mezclaban información, humor y música. Tanto en los 60 como en los 70, la censura

¹ La Cadena Radio Belgrano estaba integrada por Radio Belgrano, Porteña, La Nación y Radio Cultura.

continuó, primero a través de la autodenominada Revolución Argentina (1966-1973) y luego con la dictadura cívico-militar (1976-1983) que intervino las emisoras.

La década del 80 fue la explosión de las radios FM, si bien habían sido creadas en los 70. La radio más importante que surgió en esa época fue Rock & Pop, creada por Daniel Grinbank (mánager de Charly García y Mercedes Sosa) en 1985, que tenía en su plantel a una gran cantidad de conductores que marcaron las épocas subsiguientes y apuntaba a los jóvenes como público. Respecto a los contenidos, la voz de los oyentes comenzó a tener más espacio, mayoritariamente por teléfono, pero también a través de cartas y algunos programas como *La venganza será terrible*, que comenzaron a hacerse con público.

Los 90 fueron la década de liberación de frecuencias, lo que hizo que surgieran muchas radios de bajo alcance, algunas de ellas comunitarias o populares. Estas radios por primera vez le daban voz a movimientos como los pueblos originarios, el feminismo y músicos independientes. Además, en esta época surgieron los multimedios (el Grupo Clarín, por ejemplo, compró Radio Mitre y Daniel Hadad fundó Radio 10). A fines de esta década, Internet se popularizó y las radios comenzaron a ver a la red como una nueva posibilidad de expansión. Así, comenzaba una nueva era de expansión para la radio, lejos de los cánones tradicionales de AM y FM.

2.2 La prensa cinematográfica en la Argentina

Para hablar de la crítica de cine en Argentina, primero se debe hacer una historia de las publicaciones cinéfilas. Para esto tomaremos como base los aportes de Valerie Re y Marina Moguillansky (2006). Hay que remontarse a los inicios, en las décadas de 1910 y 1920, años en los que se registró el primer momento de auge del cine de Hollywood. Periódicos como *La Razón y Crítica* y revistas como *Caras y Caretas*, *Hogar y Tribuna* fueron los primeros que empezaron a hablar de cine, abordando los progresos técnicos y la vida privada de las estrellas. El juicio de valor tenía un papel secundario, en tanto que los primeros intentos del cine nacional tampoco despertaban interés, esto demuestra el impacto que tuvo la industria cultural estadounidense en varios países de Latinoamérica. Las dos primeras revistas de cine que surgieron fueron *Excelsior, correo cinematográfico americano* (1913) y *La película* (1914), que se dirigía a los exhibidores y su tema principal era la conveniencia, o no, de exhibir ciertos filmes.

En la década del 30 ocurrieron varios hechos de relevancia. No solo el sonido comenzó a llegar al cine, sino que, además, se desarrolló la industria nacional, compitiendo con México como el principal productor y distribuidor de películas en español. Pero, además, las salas llegaron a los barrios periféricos, por lo que los sectores obreros se acercaron a ver películas nacionales por la preferencia del idioma. La difusión del *star system* de Hollywood continuó en publicaciones como *Sintonía* (1933). Según Ana Broitman y Gabriela Samela “las críticas evaluaban la ‘agilidad’ de la historia, si los actores habían estado bien, el atractivo de la música y el despliegue de producción” (Broitman y Samela, 1993: 4). Sin embargo, supieron hacer una adaptación a la incipiente industria local, dedicándole secciones al *star system* local como las “bellezas” nacionales. *Radiolandia*, *Astros* y *Sideral* fueron otras revistas que se editaron en este período. Escritas en lenguaje popular, tenían entre sus objetivos publicitar a las estrellas del mundo artístico. Estas revistas servían como exhibición para aquellos que querían dar el salto al cine. Lo que surgió en estas publicaciones fue la defensa del cine nacional frente al norteamericano. Por ejemplo, *Cine Popular* (1923) traía críticas y noticias nacionales, pero también coberturas de rodajes. La función del cine como educador o mero entretenimiento también fue debatida en otras como *Cine revista* (1929). Éste y otros debates como la representación de “lo nacional” en el cine continuaron durante los años del peronismo en revistas como *Cine Prensa*, *Cine Productor* y *Cine Argentino*.

Debido a la alianza entre Estados Unidos y México durante la Segunda Guerra Mundial, la escasez de película virgen que sufrieron las productoras nacionales derivó en la quiebra de algunos estudios y la emigración de algunos actores populares. Durante la posguerra, los distintos movimientos de renovación del cine que tuvieron lugar a nivel mundial fueron de la mano de un nuevo tipo de crítica surgida en el seno del movimiento cineclubista. El primero de ellos fue el Cine Club Argentino, fundado en 1932. En tanto que, en 1942, Rolando Fustiñana creó *Gente de Cine*, que funcionaba en la trastienda del cine Biarritz. A partir de 1951 comenzó a editarse la revista homónima que iba dirigida a un nuevo público de lectores específico, compuesto por cinéfilos e intelectuales, donde se debatían cuestiones teóricas con la utilización de un lenguaje especializado. Se apoyaba a la producción independiente en contra de aquella que tenía funciones comerciales o de entretenimiento. Fue en *Gente de Cine*, y otras revistas como *Cinedrama* (1952) y *Cuadernos de cine* (1954), donde se delineó la figura del crítico cinematográfico, opuesto al del cronista de espectáculos. Según Broitman y Samela, algunos de los objetivos de la crítica fueron revisar la obra de

autores, contextualizarla dentro de la historia del cine y conocer las variantes e invariantes del género.

En 1960 apareció *Tiempo de Cine*, la revista del Cine Club Núcleo. En su primer número justificaron su lanzamiento "porque nuestro cine está rodeado por una prensa reaccionaria y amarillista, por revistas mal escritas, productos de los genuflexos del peso rápido" (*Tiempo de Cine*, 1960). Sus preocupaciones se centraban en el cine europeo y latinoamericano. En tanto que, del cine estadounidense, se ocupaba de las producciones independientes, lejos de lo comercial y masivo. En esta revista, Salvador Sammaritano, integrante del grupo editor, diferenció al crítico de cine del comentarista. Para Sammaritano, un buen crítico es "aquel que sabe de historia del cine, concurre a los ciclos de revisión, conoce historia del teatro, apreciación musical, historia social y literatura. De esta manera puede apreciar las fuentes de las que provienen las películas" (Broitman, 2014a: 241). Por su parte, el comentarista dice "me gustó o no me gustó".

En el mismo año surgió *Cinecrítica*, con más interés por un cine social, que prestaba más atención a las vanguardias europeas. En sus páginas hubo un recorrido por las filmografías de distintos directores, el accionar del Instituto Nacional de Cinematografía y la censura luego del decreto-ley 8205/63 promulgado por José María Guido con el que se creaba la Subcomisión Especial Calificadora. *Cinecrítica* publicó en la tapa de su edición número 6 (julio-agosto de 1961) "No a la censura", mientras que *Tiempo de Cine* publicó un editorial con el título "Otra vez la censura".

Otros tópicos que tocaron las revistas de la década del 60 fueron el cine nacional de autor, la responsabilidad artística y humana que tenía el cine y debía reflejar los problemas del país, y la apertura de nuevas salas. *Cinecrítica* desapareció en 1962 por cuestiones económicas. Si bien el cine comenzó a estudiarse en la universidad a fines de la década del 40, fue en esta época cuando se consolidó la figura del crítico cinematográfico. Ana Broitman atribuye la consolidación a los movimientos que aparecieron: "La movilidad cultural de esa época; junto con la vitalidad de los movimientos y grupos juveniles, produjo, entre muchas otras cosas, la pasión por el cine como instrumento de experimentación, expresión y, más tarde, liberación" (2014b: 258). Fue en los cineclubes donde "se desarrolló y tomó forma el interés (y la pasión) por la expresión cinematográfica entendida como manifestación artística capaz de expresar a un creador individual y también de hablar sobre su época" (Broitman, 2014a: 234).

Los filmes adquirieron un estatuto de obra de arte que les permitía ser objeto de una reflexión crítica y la articulación de los debates con la coyuntura tanto nacional como internacional. Según Broitman, en este momento el crítico de cine adquirió su especificidad dado que sus saberes especializados lo habilitaron como analista, formador de opinión y orientador de un público afín. El cineclub no era únicamente para el visionado de películas, sino que también era un espacio de formación y aprendizaje. Se constituyeron redes de formación cultural tanto en Buenos Aires como en el interior. El cine industrial era dejado de lado por un cine europeo, principalmente italiano y francés, pero también las obras del sueco Ingmar Bergman, el documental inglés y hasta el cine soviético. Pero, además, en los cineclubes hubo espacio para otras instancias como mesas redondas, reuniones con cineastas y críticos extranjeros invitados y cursos.

En la década del 70 aparecieron *Cine y medios* y *Filmar y ver*, centradas en el cine nacional y el que no se exponía en salas comerciales. Con la dictadura militar que se inició en 1976 desaparecieron casi todas las publicaciones (solo quedó el *Heraldo del cinematografista*) y se cerraron muchas salas que habían abierto años antes.

Con el regreso de la democracia, se abrió un nuevo período para las publicaciones cinematográficas y el cine nacional. Aparecieron muchas revistas editadas por cineclubes o escuelas de cine.

Estas publicaciones se dirigían a un público general en un tono no especializado y apuntaban como tema más general a la recuperación de la libertad de expresión y las nuevas posibilidades que se abrían para la cultura con el advenimiento de la democracia. (Broitman y Samela, 1993: 13).

La crisis económica de 1987 hizo que mermaran la producción cinematográfica local y las publicaciones, lo que hizo que en 1991 solo se consiguieran en los kioscos *El Amante* y *Clak*. La década del 90 fue la del surgimiento de numerosas escuelas de cine y un aumento en la matrícula de carreras relacionadas con el cine o la comunicación. Para Marina Moguillansky y Valeria Re, esto contribuye a la formación de un público especializado y potencial consumidor de publicaciones. Además de *El Amante* (1991) y *Clak* (1992), aparecieron *Haciendo Cine* (1995), *El Cinéfilo* (1997) y *La mirada cautiva* (1998). La masificación de Internet también fue un punto muy

importante. *Cineismo* (1999) y *Otrocampo* (1999) fueron las primeras páginas web dedicadas al cine. Al igual que la radio un tiempo después, la prensa gráfica también tuvo en Internet una posibilidad de expansión.

En 1995, *El Amante* publicó en su tapa una imagen de la película *No te mueras sin decirme a dónde vas* (Eliseo Subiela, 1995) y otra de *Historias breves* (un concurso de cortometrajes impulsado por el INCAA, 1995) con el título “Lo malo, lo nuevo”. Fue el comienzo de la corriente conocida como Nuevo Cine Argentino (NCA).² Otros medios se sumaron a apoyar a esta nueva camada de directores, mientras que los críticos intervinieron para su inclusión en festivales como el nuevo Festival Independiente de Buenos Aires (BAFICI) en 1999. Para Moguillansky y Re, hubo un pacto entre una nueva generación de críticos y los directores del NCA para que éstos fueran legitimados. Pero, con este pacto, también se cedió en el potencial crítico, el bien máspreciado de la crítica.

2.2.1 Actualidad y desafíos de la crítica de cine

¿Cómo funciona la crítica de cine en la actualidad con la aparición de los medios digitales y la desaparición de casi todas sus publicaciones gráficas?

Valeria Re y Marina Moguillansky señalaron el pacto de legitimación entre la crítica y la corriente de directores llamada Nuevo Cine Argentino que existió en la década del 90 y se retroalimentó por la aparición de carreras universitarias y nuevos festivales de cine. Sin embargo, esto también trajo la ausencia de discusión y polémica:

Aflora entonces, en la crítica, el problema de presentar a las nuevas películas y los nuevos realizadores fuera de ese canon de oposición a lo viejo -ya lejos del cine de los ochenta-, quedando así al descubierto su dificultad para establecer una nueva distancia. La condición polémica de la crítica queda obturada y ello se manifiesta en la ausencia de discusión (Moguillansky y Re, 2006: 136).

A partir de esa misma década, comienzan a surgir numerosos medios digitales dedicados a la crítica cinematográfica. Esto se debió a una suma de factores: por un lado, el costo económico de la publicación en papel (un problema recurrente para las

² Una denominación que ya había sido utilizada en la década del 60.

revistas de cine); por el otro, las posibilidades de inmediatez y libertad que brinda la red. Para analizar las transformaciones de la crítica en los medios digitales, en septiembre de 2016 se celebró una mesa redonda organizada por el equipo de investigación de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes (UNA). Allí, uno de los disertantes fue Javier Porta Fouz, en ese entonces director de la revista *El Amante*, que abandonó el papel y se volvió completamente digital dado el costo del papel y la negativa a recibir publicidad. Para Porta Fouz, esta transformación de la crítica a un medio digital es una hecatombe, debido a que el momento de la inmediatez que brinda la red termina con la organización de la agenda que marcaba la crítica de cine.

Antes los lectores tenían una revista como *El amante*, la revista *Film* (hasta que dejó de salir) y esperaban la salida de la revista para ver qué se decía de tal película y tenían tiempo para esperar a ver qué se decía. Podían esperar para entablar una discusión crítica. Hoy en día una película que se estrena este jueves, si decís, “la revista va a salir dentro de 3 semanas espera a leer algo ahí”, es extraño. La gente lee en el momento. (Citado en Dámaso Martínez, 2018: 47).

Como indica Natalia Calabrese (2017), la llegada de los nuevos medios digitales permitió que cualquier persona que tuviera acceso a internet, pueda tener su espacio para expresarse, sin importar su especialización o título. Para Ignacio Zenteno (2018), esta apertura de posibilidades que brindaron las tecnologías parece haber disparado una crisis del oficio del crítico en dos versiones. Por un lado, pone evidencia su inestabilidad laboral, mientras que, por el otro, se dan celos entre los críticos que escribían en medios de manera profesional contra aquellos amateurs que escribían en donde podían por “amor al arte”. Sin embargo, Zenteno indica que esto no hace que sea verdaderamente una crisis de la crítica, sino una crisis de la recomendación, en donde los algoritmos de Internet y las redes sociales ponen en jaque al crítico, yendo en concordancia con la “hecatombe” que indica Porta Fouz. Además, para el director de *El Amante* no hay un deseo de ser crítico:

Sí, yo creo que en este momento la crítica (...) enfrenta una proliferación de críticos (...) Sin embargo, de la mayoría de estos no se puede decir que

haya un deseo de ser críticos, muchas veces lo que quieren es que los inviten a las privadas. Hay algo como de profesionalización sin plata, una especie de “lumpenaje” por la entrada de cine. Es un momento bastante malo y no hay nadie contra quien pelearse específicamente, como había antes. (Citado en Dámaso Martínez, 2018: 56).

De esta manera, se puede apreciar la proliferación de críticos amateurs y los nuevos medios digitales que trajo Internet, algunos de ellos reconvertidos desde la prensa gráfica por dificultades económicas. Sin embargo, la problematización que hace la crítica por estos nuevos medios hace mucho hincapié en la aparición de los críticos amateurs, pero no en que estas herramientas también sirven a los críticos profesionales para seguir profundizando su trabajo. Blogs, podcasts o videos en sitios como YouTube son algunas de las posibilidades que la crítica (no solo de cine), a su tiempo, está descubriendo. Si ubicamos al crítico cinematográfico entre la película y el espectador, ¿ese lugar se ha modificado con las nuevas posibilidades, borrando la delimitación entre crítico y espectador?

2.3 La crítica de cine en la radio

¿Cómo se desempeñó la crítica cinematográfica en la radio? La relación entre el cine y la radio siempre fue complementaria, especialmente en sus inicios. Tanto en Argentina como en Hollywood, ambos atravesaron sus años dorados al mismo tiempo. La industria cinematográfica utilizaba a la radio como publicidad y patrocinio, mientras que la radio producía programas con el *star system* del cine. Vodeviles, radioteatros, chismes y hasta adaptaciones de las películas, fueron algunos de los programas en los que el cine se combinaba con la radio. Como se señaló anteriormente, muchos artistas veían a la radio como un medio para llegar al cine, el verdadero espacio de consagración artística.

En 1937, comenzó en Radio Belgrano uno de los programas claves en esta relación: *Diario del cine*, con la conducción del crítico Israel Chas de Cruz, que en 1930 había fundado *Heraldo del cinematografista*, y que tuvo las colaboraciones, a lo largo de los años, de periodistas como León Kilmovsky, Domingo Di Núbila y Clara Fontana (que había llegado por un concurso). En *Diario del cine* se hablaba de los estrenos y se hacían críticas y entrevistas a figuras tanto del medio local como extranjero en el auditorio de la radio, que se llenaba para ver a sus ídolos. Chas de Cruz viajaba

continuamente fuera del país a buscar figuras para entrevistar. En varias ocasiones, se trasladó hacia Hollywood para evaluar al mercado y sus adelantos técnicos. Estos viajes eran anunciados en la revista *Radiolandia*. Además, en *Diario del cine* se organizaron concursos para elegir a los protagonistas de muchas películas. Así surgieron figuras como las hermanas Mirtha y Silvia Legrand, Graciela Borges, Analía Gadé e Irma Roy, entre muchas otras.³

A pesar de la colaboración entre ambos medios, en esos años el porcentaje de programas dedicados exclusivamente al cine era bajo. En 1936, el 2% de los programas eran de noticias de espectáculos, entre los que estaba incluido el cine junto al teatro y los artistas.⁴ En 1940 aparecieron los magazines radiales para las mujeres, el primero de los cuales fue *Tarde de vosotras* en Radio Excelsior. Este programa exploraba las motivaciones de las mujeres de la época, por lo tanto tenía una sección llamada “Mujeres en el cine”. La radio cubría el interés del modelo de mujer que cuidaba la casa.

Sin bien había un intercambio de figuras, la relación no fue tan equitativa como en Estados Unidos. En un principio, las estrellas no buscaban estar en la radio, dado que su fama ya había sido adquirida en este medio. Fue a fines de la década del 30 donde se vieron las posibilidades comerciales de este intercambio.

En 1952 aparece otro programa dedicado al cine en Radio Splendid: *Pantalla gigante*, con la conducción de Jaime Jacobson y acompañado de Nicolás “Pipo” Mancera, Conrado Diana y Lidia Durán (unos años después se sumó Jorge Jacobson, hijo de Jaime). *Pantalla gigante* apareció como una competencia directa de *Diario del cine*, que solía competir con programas de chimentos. “Nosotros hacíamos el suplemento de *Diario del cine* y llenábamos el auditorio de Belgrano, en Ayacucho y Posadas. Por Splendid iba *Pantalla gigante*; por El Mundo salían Valentina y King y en radios más pequeñas había otros programas especializados”, rememora Domingo Di Núbila (Merkin, Panno, Tijman y Ulanovsky, 1995: 222).

Luego de los éxitos de *Diario del cine* y *Pantalla gigante*, el cine encontró su espacio en la radio dentro de los programas de interés general o magazines o incluso en radios de menor alcance. La columna de cine con los comentarios de los estrenos es un infaltable hasta el día de hoy. Muy pocos fueron los programas dedicados

³ Chas de Cruz fue también co-director de la película *¡Segundos afuera!* (junto a Alberto Etchebehere), en donde hizo su debut como actriz Eva Duarte.

⁴ El resto de la composición era: 59% de programación musical, 11% noticias e informativos de interés general, 9% radioteatros, 7% boletines y 6% programas pertenecientes a colectividades de inmigrantes. (Matallana, 2006: 161).

íntegramente al cine que vinieron después. En 2001, llegó *Manivela* a la emisora pública Radio Nacional con la conducción del documentalista Eduardo “Coco” Blaustein, que se mantiene hasta la actualidad con una hora semanal para difundir el cine argentino y latinoamericano. En 2016, ante los rumores de levantamiento, el senador y director de cine Fernando “Pino” Solanas presentó un proyecto para que fuera declarado de interés nacional. Otro programa que puede encontrarse en las principales emisoras es *La autopista del sur*, que comenzó en 2010 bajo el nombre *Derecho al cine* por Radio Gama (AM 1490) y que cambió su título al año siguiente cuando pasó a AM 750. Su conducción está a cargo de Fernando Juan Lima, Sergio Nápoli y Maia Debowicz. Por último, en 2020, CNN Radio incorporó a su programación *Cine argentino* con la conducción de Bárbara Arroyo.

Así como el cine tiene su columna en los magazines, en los últimos años las series ganaron muchos adeptos, por lo que también se las incorporó a la agenda. Ambos formatos comparten espacio, pero no lo hacen de forma exclusiva, sino que también hay programas en donde son algunos de los temas para abarcar más ampliamente la cultura pop. Esto puede verse en las radios FM más destinadas al público joven como Metro, que tiene al aire *Sensacional éxito* y *Orden 67*, Vorterix con *Malditos nerds* y Pop con *Cultura Pop*. En estos programas, el cine tiene un importante espacio pero sin descuidar otros intereses como las series, la música, las historietas o el animé. La AM no se queda atrás pero, a diferencia de las FM donde se habla de temas que pueden interesar más al público joven, se lo considera junto a otros elementos de la industria cultural como el teatro y los libros. *Agarrate Catalina* y *Preferiría no hacerlo* son los programas que le dedican un buen espacio, ambos por La Once Diez, la radio pública de la Ciudad de Buenos Aires.

3. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentarán los conceptos con los que se trabajará en esta investigación. En primer lugar, para comenzar a hablar de la crítica de cine, primero debemos revisar distintas perspectivas teóricas que la han tomado como objeto para poder tomar los elementos que nos resulten de utilidad para nuestro trabajo. Estas perspectivas nos brindarán una base para saber qué tipo de críticas hay, sobre qué se hace una crítica y cómo se postula que debe ser la crítica cinematográfica. Desarrollaremos la perspectiva semiótica, la perspectiva de la sociología de la cultura y la perspectiva de la historia cultural de la cinefilia.

Por otra parte, enmarcaremos las transformaciones de los usos de la radio en el entorno digital, a partir de algunas conceptualizaciones sobre este fenómeno en el siglo XXI, dada su relevancia para comprender el fenómeno de los podcasts.

3.1 Perspectivas teóricas sobre la crítica de cine

3.1.1 La perspectiva semiótica

Antes de hablar específicamente de la crítica de cine, debemos revisar algunos conceptos más generales sobre la “crítica” como género discursivo. Según Oscar Traversa (1984), la crítica cinematográfica consiste en un cierto tipo de textos que ocupan lugares de intermediación entre las instancias de emisión y recepción de los textos cinematográficos. Describe al mundo de la cinematografía como compuesto por tres máquinas: una máquina fílmica, una máquina de expectación y una tercera máquina que sería la crítica, capaz de relacionar a las otras dos. La crítica es uno de los fenómenos que acompañan al cine junto a las gacetillas, afiches, etc. De esta manera, el evento cinematográfico no consiste solamente en el tiempo que está en exhibición, sino que también incluye las críticas de esa película.

La crítica tiene, en primer lugar, una función evaluativa, pero no es la única; otras de sus funciones son:

- a) Descripción de algunas características que constituyen al texto objeto.
- b) Clasificación, incluir ese texto dentro de un género y/o estilo.

c) Prescripción de algunos modos de uso (si por ejemplo son consideradas para divertir, para pensar, etc.)

d) Evaluación, otorga jerarquía, da un puntaje, pone en un ranking.

Tomaremos el recorrido que hace José Luis Fernández (2006) para desarrollar una crítica sobre los programas radiales y proponer puntos de encuentro con la crítica cinematográfica. Fernández encuentra tres tipos de críticas:

1- *Crítica silvestre*: es aquella que realiza cualquier individuo dentro de su grupo social; manifiesta su opinión, evalúa y hasta realiza una clasificación jerárquica.

2- *Crítica teórica*: es similar a la que se desarrolla para el arte y la literatura. Su área de desempeño es la academia y se publica en un libro, revista especializada o cualquier otra publicación gráfica. En la actualidad, también se puede encontrar en sitios de Internet.

3- *Crítica-género*: es el producto periodístico en gráfica, radio y televisión. Es un componente central en la vida del cine, aunque se dedica más al de ficción y es casi nula la crítica al cine documental (excepto en medios alternativos o independientes).

En cuanto a la crítica de cine, la crítica-género funciona más como columna de opinión porque tiene una firma individual. Es un balance entre la descripción y el género editorial. En la prensa de circulación masiva hay una obligación de comentar los acontecimientos o estrenos recientes. La diferencia de la crítica-género con la crítica silvestre es que la crítica silvestre no describe. Con respecto a su relación con la crítica teórica, la crítica-género realizada en medios especializados incorpora de aquella ciertos niveles descriptivos como la época, el movimiento, los personajes, las actuaciones, o planos técnicos (movimientos de cámara, iluminación).

¿Cómo podemos considerar dentro de estas categorías a la crítica en los podcasts de cine? En primer lugar se trata de crítica-género, dado que se emiten opiniones y juicios sobre la base de descripciones de films y la valoración de sus aspectos artísticos y técnicos. También encontramos aspectos de crítica teórica, especialmente en los que se presentan como “serios” o especializados en la temática. Finalmente, hay algunos registros que podríamos emparentar con la crítica silvestre, en lo que hace a las producciones de fans que se organizan en torno a un gusto particular por cierto tipo de consumos cinematográficos. Por lo tanto, debemos considerar cada podcast en su especificidad y dentro del mismo los distintos niveles de discurso crítico que podamos encontrar.

Otro aspecto que nos interesa abordar es la discusión que se suele plantear al interior de la crítica de cine entre lo “artístico” y lo “comercial”. Mabel Tassara (2005) se pregunta en ese sentido acerca de la legitimidad de la asociación que realiza la crítica cinematográfica entre lo estético y lo artístico. La autora dice que casi todo lo que se produce en el ámbito cinematográfico y es exhibido es considerado como “arte”. Pero, hilando más fino, es en la crítica donde se adjudica el sentido de lo artístico, siendo esto más considerado cuando se puede apreciar la presencia de un autor humano, en tanto que suele alejarse del terreno del arte cuando se percibe la predominancia de la tecnología. De esta manera, el film sería más artístico cuando hay un autor individualizado y con una intención, mientras que sería menos artístico cuando la figura del autor se diluye y es reemplazada por un equipo; y también, cuando hay fines utilitarios como, por ejemplo, el entretenimiento o el negocio.

La crítica de cine, entonces, ejerce el rol de considerar como artísticas a ciertas películas. De esta manera, habrá críticos que harán más énfasis en un tipo de cine donde el autor pueda ser individualizado, dejando de lado aquellas de mayor producción. Sin embargo, esto no significa que no se ejerza la crítica sobre aquellas películas más comerciales, sino que serán analizadas de distinta manera.

3.1.2 La perspectiva de la sociología de la cultura

Las posibilidades para la circulación de la palabra que brinda Internet, llevan también a una disputa dentro del campo de la crítica cinematográfica. Para analizarlo partiremos los conceptos de Pierre Bourdieu para entender cómo es la situación en la actualidad.

Para Pierre Bourdieu (2002), las sociedades modernas están divididas en campos (artístico, religioso, político) que se especializan en una determinada actividad social. Este campo es un sistema de fuerzas que se agregan y oponen y se definen en tanto relaciones de complementariedad y competencia. En el campo artístico hay una disputa por el capital simbólico. La influencia de los agentes en el campo es mayor o menor según el capital simbólico, cultural o económico que tengan. Si se posee un mayor capital, se ejerce una mayor influencia.

Es importante destacar que cada campo posee una autonomía relativa. En épocas pasadas, la vida intelectual y artística estaba bajo la tutela económica y social de la Iglesia, el Estado y la aristocracia. Cuando comienza a separarse de estas instituciones, el campo va adquiriendo un nivel de autonomía en el que constituye sus propias instituciones con sus leyes y reglas de funcionamiento. Mientras el campo

intelectual gana autonomía, el artista afianza su pretensión a ella cada vez más, separándose del público. Esta autonomía es condición de lo que Bourdieu llama “proyecto creador”, que no se somete a restricciones ni condiciones externas. Esto se acompaña de un estrechamiento y una intensificación de las relaciones entre los miembros de la sociedad artística. Al aceptar a estos críticos, se convierte en lo que Bourdieu denomina “una sociedad de bombos mutuos” (2002: 16). De esta forma, la crítica se coloca al servicio del artista, como si fuera una interpretación experta, dado que considera al público masivo como poco capacitado para comprender esa obra en sus propios términos, lo que produce un alejamiento. En el campo artístico el público tiene una función determinante debido a que el artista hará su obra buscando su reconocimiento y aceptación. El artista puede aceptar o repudiar al público, pero no puede ignorarlo.

Estos aportes de Bourdieu nos serán útiles ya que tomaremos a la crítica cinematográfica como un campo que integran críticos tanto profesionales como aficionados, en el que se libra una disputa por el capital simbólico. Este capital simbólico es su saber y su pasión por el cine, y es lo que los posiciona para ejercer la crítica en los nuevos medios.

3.1.3 La perspectiva de la historia cultural de la cinefilia

Para el concepto de cinefilia, tomaremos el trabajo de Laurent Jullier y Jean Marc Leveratto (2012). La cinefilia abarca dos sentidos: el saber adquirido por la experiencia de las películas y la acción de cultivar el placer cinematográfico. No se trata solamente del visionado de películas, sino que también incluye la cultura del placer. El estudio de la cinefilia debe centrarse en el pasaje de lo individual a lo colectivo: sobre cómo una emoción individual pasa a compartirse. Este pasaje no se da únicamente en el intercambio familiar y amistoso, sino que también influyen los medios de comunicación. Jullier y Leveratto señalan la existencia de una cinefilia ordinaria en la que el aficionado juega un rol esencial en la transmisión del sentido de la calidad artística del cine. La transmisión del saber individual y la transformación de la emoción en colectiva, tuvo más posibilidades con los avances de Internet y a través de páginas web, blogs o podcasts.

En los últimos años, se vio facilitado el acceso a la producción cinematográfica a través del visionado *on demand*, fortalecido con los nuevos servicios de *streaming* como Netflix y Amazon Prime Video, que no solo se convirtieron en exhibidores, sino que también comenzaron a producir sus propios filmes. A partir de estas nuevas

posibilidades, cabe diferenciar distintos tipos de cinefilia. La asistencia a la sala y su romantización pertenecen a la “cinefilia moderna”, propia de la segunda mitad del siglo XX; mientras que todo lo que fue sacando a los filmes de la pantalla grande (el alquiler de películas, la televisación, la descarga digital y el *streaming*) es denominado por los autores como “domesticación del espectáculo cinematográfico” y pertenece a una “cinefilia posmoderna”. Gracias a este nuevo acceso que brinda Internet a películas que antes eran difíciles de conseguir y a la facilitación de los estrenos más recientes, Jullier y Leveratto consideran que se contribuyó a la democratización del juicio cinéfilo. Al brindar un espacio en blogs, redes sociales y podcasts, Internet democratiza el ejercicio de la crítica cinematográfica. Lo que antes estaba reservado a revistas o a los cineclubes, ahora puede encontrarse en Internet (sin que lo anterior sea anulado o reemplazado por completo). Esta cinefilia posmoderna es plural y elige la comodidad del hogar para el consumo de películas. Pero, además, hay una democratización en el ejercicio de la crítica cinematográfica dadas las posibilidades que brinda Internet para publicar sin ningún tipo de restricción en la elección de la película.

3.2 La radio en el entorno digital: transformaciones y usos

El otro aspecto que vamos a desarrollar en nuestro marco teórico está referido al nuevo paradigma en el que se desarrollan los medios de comunicación en el siglo XXI a partir de la llegada y popularización de Internet. Ya en los últimos años de la década del 90, algunos diarios tenían su propia página web para continuar informando. La pregunta por la radio es cómo se pudo (o mejor dicho, se puede) llevar adelante la adaptación a las posibilidades que brinda Internet. En primer lugar, la radio como dispositivo deja de ser exclusiva y ahora converge con la computadora, celulares, *tablets*, televisores y hasta consolas de videojuegos. En la red, la radio puede llegar por determinadas maneras: desde el propio sitio web o una aplicación. Pero también llega de forma diferida, tanto un programa completo como recortes del mismo. Páginas como RadioCut o servicios de *streaming* como Spotify ofrecen estas posibilidades. Pero no es el único tipo de radio que existe, es por eso que vamos a tomar la distinción que hace Agustín Espada (2017) entre radio online y radio en Internet.

A diferencia de las tradicionales radios AM y FM, las radios online tienen a Internet como único canal. Si antes para tener una radio había que adquirir una licencia, en la actualidad eso no es necesario para tener una radio que emita por Internet. Algunos ejemplos son Télam Radio, Conexión Abierta (perteneciente a la Universidad Abierta Interamericana), Coca Cola FM, Colmena, Futurock y Congo. Si bien existe una suerte

de democratización en cuanto a la propiedad, aparecen nuevas barreras como las posibilidades técnicas para poder transmitir (equipamiento, software, etc.). Adicionalmente es preciso que los receptores tengan la conectividad necesaria para poder escuchar. Desde una perspectiva económica, parte de la financiación de radios online como Futurock y Congo proviene de los oyentes que se suscriben al club de la radio y, por un aporte mensual, participan de sorteos y descuentos. Fue tal el crecimiento de este tipo de radios que en 2016 se creó la Cámara Argentina de Radios Online (CADERO).

Por otra parte, al hablar de la radio en Internet se hace referencia a las tradicionales AM y FM que utilizan la red como medio de distribución. A través de sus páginas web, la radio puede escucharse online. Los sitios varían en su diseño. Pero, además, utilizan otras posibilidades que les brinda Internet y la página web se convierte en un portal informativo. Algunas solo tienen reproducciones, mientras que otras tienen un apartado de noticias para leer y hasta ofrecen recortes de la programación.

3.2.1 El celular como nuevo dispositivo

A la entrada de Internet en el mundo de la comunicación, hay que sumar la aparición de los dispositivos móviles. El teléfono celular ha dejado de ser exclusivamente para llamados y mensajes de texto y se convirtió en un instrumento de comunicación con Internet abierto a todos los contenidos digitales. Robert Logan y Carlos Scolari (2014) denominan a esta nueva forma de comunicación móvil como la *mCommunication*.

Se trata de un cambio en la emisión y la recepción del mensaje sumado a la comunicación en todo momento y lugar (ubicuidad y portabilidad). Del tradicional modelo de uno a muchos se pasa al de muchos a muchos en todo momento y en cualquier aparato electrónico. La información digital pasó a ser transportable y se puede acceder a ella en cualquier momento. La movilidad es la nueva variante que se agrega al tradicional modelo de la comunicación que involucraba al emisor, el mensaje y el receptor. Internet, además, permitió la colaboración colectiva, por lo que no hay un solo emisor, sino que son muchos y, al mismo tiempo, son receptores.

La aparición de estos dispositivos móviles vuelve a introducir un viejo debate que surge ante cada tecnología que aparece: ¿los celulares son un nuevo medio? Scolari prefiere caracterizarlos como comunicación digital o comunicación interactiva, mientras que los diferencia de los medios tradicionales a partir de las siguientes características:

Digitalización: es la conversión del sistema analógico a uno binario. Esta característica facilitó la transmisión de información. Hay diferencias entre la radio tradicional y el podcast tanto en la producción como en la distribución. En la producción, el vivo era una particularidad de la radio, mientras que el podcast puede tener post-producción. En tanto que, en la distribución, no es necesaria la radio como aparato, sino una computadora o dispositivo móvil. Más allá de estas diferencias iniciales, la radio tradicional también sumó la digitalización como característica, por lo que es posible encontrarla en Internet y hasta escucharla de forma asincrónica.

Hipertextualidad: es la red de textos que se conectan por asociaciones, no de una manera lineal y jerárquica. Un podcast puede editarse con otros audios, agregar o quitar sonidos o variar su estructura. Por su parte, un programa de radio se presenta de manera secuencial.

Reticularidad: es el abandono del modelo exclusivo de un emisor a muchos receptores. Con Internet, se crea una red que es compartida por los usuarios. A diferencia de la radio tradicional, el oyente de un podcast puede desarrollar el suyo propio y entrar en contacto con otros podcasters.

Interactividad: hay un desplazamiento del consumo a la producción. Además, el oyente tiene el control de la reproducción. Puede escuchar en el momento que quiera, rebobinar o adelantar el audio, entre otras acciones.

Multimedialidad: es la convergencia de medios y lenguajes. Se busca realzar la experiencia del usuario combinando diferentes lenguajes y medios. El podcast no se escucha en un aparato de radio, sino en una computadora o dispositivo móvil. La película ya no puede verse exclusivamente en el cine, sino también por *streaming*, luego se comenta en el podcast y los usuarios pueden participar en las redes sociales.

4. HISTORIA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PODCASTS

4.1 Antecedentes: radios alternativas, fanzines, stand ups y sitcoms

El recorrido histórico de la palabra *podcast* comienza el 12 de febrero de 2004 cuando el periodista inglés Ben Hammersley la utilizó por primera vez en su artículo del diario *The Guardian* para hacer referencia a los productos con audio de la empresa Apple. Estos productos nacieron a partir del 2000 cuando la empresa comenzó a subir contenidos radiofónicos disponibles para descarga mediante sindicación RSS. Este formato funciona para distribuir contenido a quienes se hayan suscripto sin la necesidad usar un navegador web. Utilizado mayoritariamente en los blogs, al estar suscripto, uno recibía periódicamente contenido nuevo para descargarlo y usarlo en su cuenta de iTunes. De esta manera, podcast es la unión de iPod (el dispositivo de Apple que se usaba para escuchar) y broadcast (transmisión). Para el investigador argentino Francisco Godínez Galay (2015), este fue el primer momento del podcast: comercial, privativo y excluyente. La diferencia del podcast con otro archivo de audio subido a un sitio web es que el oyente se suscribe para recibir el podcast.

Pero el término podcast dejó de ser exclusivo para los contenidos de la empresa Apple y pronto comenzó a llamarse así a cualquier contenido radiofónico subido en mp3 y disponible para descarga. Además, la sindicación de contenidos dejó de utilizarse, para que primara la voluntad de cada usuario. De esta manera, para Godínez Galay se da el segundo momento: productores, emisoras y portales de noticias elaborando su propio contenido, mayoritariamente informativo, de poca duración y como un servicio complementario de los medios de comunicación.

Godínez Galay señala que los avances técnicos trajeron múltiples posibilidades narrativas. De esta manera, se da paso al tercer momento del podcast, en donde se entiende al formato a programas largos (a partir de media hora hasta dos horas), especializados en algún tema, realizados de forma independiente y para ser escuchados en diferido. Para hacer un podcast se necesita un dispositivo para grabarlo, una mínima edición y subirlo a Internet. Ya no es necesario tener un espacio en una radio. Internet da la posibilidad a que cualquiera, con esos mínimos requisitos, tenga su voz. Muchos de los temas que en la radio solo tienen algunos minutos, encuentran en los podcasts un mayor desarrollo. En sus comienzos, temas como el cine, series, comics, libros y animé, entre muchos otros, predominaron en los podcasts. No se apunta a la cantidad de oyentes, sino a la calidad. El podcast independiente tenía como marca el humor, la frescura y la flexibilidad, es por esto que

se lo caracteriza como “heredero de la radio alternativa, por un lado, y deudor del fanzine, el stand up y la sitcom, por el otro” (Godínez Galay 2015: 4). Desarrollaremos brevemente estos aspectos.

4.1.1 Radios alternativas

Son varias las denominaciones que tuvieron este tipo de radios: alternativas, comunitarias, barriales, clandestinas, libres, ilegales, piratas, truchas, de baja potencia. Cada definición depende del alcance y el objetivo que tenga cada radio. Más de allá de cómo se defina cada una, este tipo de radios marcó un camino por fuera del canon tradicional AM y FM.

Se pueden rastrear dos tipos de radios alternativas o comunitarias en sus orígenes. Uno es el vinculado a la Iglesia Católica en 1947 con Radio Sudatenza en Colombia, que fue fundada por el Padre Joaquín Salcedo para alfabetizar y evangelizar al campesinado que tenía como obstáculo la distancia geográfica. Por otro lado, están las radios ligadas a movimientos políticos o sociales, como la de los mineros en Bolivia para defender sus derechos laborales y que luego continuó el Movimiento 26 de julio en Cuba. Ambos tipos de radios fueron el puntapié para muchas otras, armadas por un objetivo específico o un evento en particular, y que dejan de transmitir o cambian totalmente su configuración una vez cumplido su objetivo.

En Argentina, comenzaron a desarrollarse en 1988 impulsadas por la crisis de los medios convencionales y con la necesidad de una demanda de participación y expresión, apuntando a una audiencia barrial y funcionando a través de la venta de espacios. Anteriormente, en los 70 hubo experimentos en Rosario, Santiago del Estero y Junín de los Andes. Se trataban de emisoras clandestinas que buscaban esquivar la censura de la dictadura militar. Como los grupos sociales no podían acceder por vía legal a una licencia, comenzaron a crear sus propias radios. Algunas de las más famosas fueron las barriales FM La Boca y FM Palermo; La Tribu, nacida como estudio de radio para la carrera de Ciencias de la Comunicación y que luego se abrió al barrio; La Colifata, hecha por internos del Hospital Neuropsiquiátrico José T. Borda; y LU1 Radio Libertad General San Martín que transmitió desde la cárcel Lisandro Olmos.

El podcast es heredero de la radio alternativa dado que es una adaptación y reconfiguración técnico-cultural de sus características y necesidades: las radios comunitarias, las emisoras de intervención, las alternativas, si bien cada una con

objetivos distintos, tienen una voluntad de expresión. En el marco de la convivencia con la radio tradicional, los formatos independientes continúan con su desarrollo.

4.1.2 Sitcoms y stand ups

Sitcom es una abreviatura de *situation comedy* que significa comedia de situación. Son series de corta duración (aproximadamente de 22 minutos) en donde predomina un ritmo rápido de la acción y una marcada personalidad de los personajes. El humor es verbal o visual a través de *gags*. Suelen tener como característica la utilización de risas grabadas o en vivo, ya que algunos capítulos se graban con público. Tienen una alta popularidad en Estados Unidos, mientras que en Argentina tuvieron un desarrollo en la década del 2000 con las adaptaciones de series norteamericanas como *La Niñera* y *Casados con hijos*.

Por su parte, el *stand up* es un género humorístico en el que un comediante se para en un escenario frente a un público con el objetivo de hacerlo reír mediante un monólogo. La construcción de un personaje, la autorreferencia y la vida cotidiana son las características de este tipo de humor. No se trata de contar chistes, sino de tomarse uno mismo como referente para abordar lo cotidiano. Al igual que las *sitcoms*, en Estados Unidos tienen una popularidad alta. En tanto que, en nuestro país, comenzó a desarrollarse en 2002 con la obra *Cómico Stand Up*. De todas formas, es importante señalar que en el medio radial y televisivo local existe una larga tradición en el género del monólogo humorístico.

El *stand up* apunta a la complicidad con el público mediante un proceso de identificación, mientras que la *sitcom* toma ese humor absurdo y lo incorpora ficcionalizándolo. Los podcasts, en su etapa independiente, no solo hacen referencia a la vida cotidiana de forma humorística, sino que además toman la estructura de las *sitcoms* en donde los protagonistas son los mismos, pero cambia el tema en cada episodio.

4.1.3 Fans y fanzines

Por otro lado encontramos el *fanzine*, una publicación gráfica casera, realizada con bajos recursos, que se distribuía dentro de un grupo social con intereses específicos. Si bien no se destacaba por la prolijidad estética, lo importante era la libertad que se podía desplegar en sus páginas. Además, entre quienes publicaban su *fanzine* se generaba una comunidad, tal como sucedió con los *podcasters* años después. El

fanzine fue desapareciendo pero dejó la impronta de la libertad de publicación (especialmente de información que no tenía espacio en medios tradicionales) que luego retomaron los blogs, a la vez que sumaron la posibilidad de interactuar con lectores a través de los comentarios. Los fans fueron una parte importante en el desarrollo de los podcasts.

Hay numerosos estudios teóricos sobre los fans y sus comportamientos. Sin embargo, fue a comienzos de la década del 90 cuando se los empieza a percibir de una forma más seria. Según un estudio de Libertad Borda (2015), las primeras investigaciones caracterizaban a los fans de forma peyorativa, dado que su comportamiento social se veía como desmesurado o excesivo. Las dos representaciones que tenían mayor peso eran la multitud histérica y el/la solitario/a obsesionado/a. Es decir, los fans se podían reunir en grupos (como las fanáticas de The Beatles) o actuar de forma solitaria (esto puede verse en películas como *El rey de la comedia* y *Misery: entre la pasión y el peligro*). En ambos casos se los veía como inmaduros emocionalmente marcando la psicopatía como un punto al que se puede llegar partiendo del fanatismo.⁵ Sin embargo, surgieron estudios sociológicos como el de John B. Thompson que lo considera como un hecho social normal en el que una persona, durante un determinado tiempo, se obsesiona por su objeto y lo vive apasionadamente, organizando su vida diaria en base a ello.

Para relacionar este tema con los fans que hacen podcasts de cine, tomaremos la mirada de los estudios culturales que no los considera como simples receptores pasivos, sino como productores activos de sentido. Henry Jenkins publicó su investigación *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, sobre los fans de *Star Trek*, en 1992. En este estudio, Jenkins ve que los fans se apoderan de un texto (en este caso, las películas y series de *Star Trek*) y construyen algo diferente, le dan otro tipo de sentido al producto. De productos iniciales como *Star Trek* o *Star Wars*, surgen otros creados por los fans, como por ejemplo los *fan fiction*. Esas películas, con un marcado tono de ciencia ficción, pueden convertirse en un romance, una comedia de situación o una historia de terror, todo producido por los fans.

La popularización de Internet para uso doméstico dio pie a nuevas formas de comunicación entre los fans, mientras que el *fanzine* fue perdiendo terreno. Así, aparecieron los blogs y los foros de participación.

⁵ Por ejemplo, los medios siempre han remarcado la condición de fan de Mark Chapman, asesino de John Lennon, y Charles Manson.

La aparición de los blogs en la red generó una revolución entre los usuarios de las páginas personales, no solo por la facilidad de su uso sino porque principalmente permitía actualizar diariamente el contenido a través de posteos o posts, e interactuar con los lectores a través de los comentarios, opciones que hasta el momento no existían en los portales (Calabrese, 2018: 47).

Tal como ocurrió con los *fanzines* y posteriormente con los podcasts, en los blogs se escribía sobre un contenido alternativo que no tenía lugar en los medios tradicionales. Luego fueron incorporados por algunos medios y perdieron popularidad con la llegada de Facebook y otras redes sociales como Twitter o Instagram. Quedó demostrado que, con la llegada de Internet, los fans supieron explotar este recurso mediante la participación, primero en foros y luego en redes sociales, además de borrar los límites físicos para el establecimiento de una comunidad alrededor de un producto. “La red proporciona un nuevo y poderoso canal de distribución para la producción cultural aficionada. Los aficionados llevan décadas haciendo películas domésticas; estas películas se están haciendo públicas” (Jenkins, 2008: 137).

Los fans no solo pueden cambiar el sentido del producto mediante el *fan fiction* o, más recientemente, la creación de memes, sino que también pueden modificar la interpretación sobre el producto. Fue así que en los 90 comenzaron los *fanzines*, luego llegaron los blogs y, en la actualidad, los podcasts. Se pueden encontrar una gran cantidad de podcasts de *Star Wars*, el universo cinematográfico de Marvel o Harry Potter en los cuales se comentan las películas u otros productos de la franquicia, concentrados en el argumento o los personajes. Esto no vale solo para los grandes tanques de Hollywood, sino que también encontramos podcasts dedicados a revisar la obra de directores como Brian De Palma o Quentin Tarantino.

Por lo tanto, el fan no es un ser solitario obsesivo como se lo caracterizaba, sino que puede devenir en productor de sentido activo que ha contribuido al desarrollo de nuevos medios como lo fueron los *fanzines*, los blogs y, en los últimos años, los podcasts.

4.2 Características y tipos de podcasts

De acuerdo con lo desarrollado, son varias las características que comparte el podcast con la radio alternativa, el *fanzine*, el *stand up* y la *sitcom*, y es por eso que se lo considera como heredero de estos movimientos.

Una de ellas es el interés temático. Es común que sea un programa abierto en donde se empieza hablando de un tema y se va derivando en otros. Es más parecido a una charla de amigos que a un programa de radio con una estructura definida. El punto fuerte es el dejar ser. Pero, además, se habla de temas que no tienen lugar en los medios tradicionales, con un enfoque distinto, más especializado. Como se dijo anteriormente, en su momento predominaron tópicos como comics, animé, videojuegos, libros o películas. Como también señalamos, los fans tienen ahora la voz para hablar del producto que admiran desde un punto de vista distinto al que puede hacerlo un periodista en una radio. En el caso del cine, se habla de películas que se estrenaron por plataformas de *streaming* (o directamente no se estrenaron), de directores, movimientos o hasta de bandas sonoras. Y se habla con el mismo código que el oyente. Se trata de entablar una amistad para formar un grupo.

En un comienzo el aspecto técnico no era un punto fuerte; se privilegiaba como importante lo que se tenía para decir. Sin embargo, con el desarrollo y la popularidad de los podcasts a lo largo de los años, este aspecto fue mejorando y la edición es cada vez más utilizada. La musicalización, audios pasados, sonidos, recortes y otros recursos conviven con la charla de amigos frente al micrófono.

Otra característica que hereda, en este caso de las *sitcoms* (aunque en realidad de las series norteamericanas, no exclusivamente de las comedias), es la división entre episodios y temporadas. Al no tener una emisión obligatoria, cada emisión toca un tema distinto, por más que no haya relación entre los capítulos.

Y, por último, quizá la característica más importante del podcast: la grabación. No se emite en vivo, sino que se graba. No es solo para editar el programa (que, como se dijo anteriormente, fue evolucionando), sino porque le permite al oyente la posibilidad de elegir cuándo escucharlo y dónde. Es una escucha asincrónica. El usuario solo tiene que descargar el episodio y luego lo reproduce en el momento que quiera. Ya no es necesario atarse a un horario para escuchar, sino que ahora es una elección propia del usuario.

Hay un cuarto momento del podcast que Godínez Galay identifica y denomina *podcast storytelling*. Son podcasts que tienen contenidos más producidos, prestando atención y haciendo eje en el guion, la edición y la calidad del sonido. La improvisación y la desfachatez, si bien se siguen usando, forman parte de otro tipo de podcasts. Esta profesionalización puede encontrarse fácilmente en aquellos podcasts de medios de comunicación tradicionales como *La Nación*, *Radio Nacional*, *Infobae*, *TN* y hasta *HBO* y *Cont.AR* o de productoras de podcasts como Posta y Lunfa. Las características de

ser un contenido subido a Internet y la escucha asincrónica son fundamentales para que sigan considerándose podcasts.

En lo relativo a los tipos de podcasts, desde un comienzo existió la discusión sobre qué es un podcast. Encontramos dos tipos de formato a los que se le atribuye este nombre. El primero es el que es utilizado como redistribución: son contenidos que ya salieron al aire en la radio y son recortados para ser ofrecidos en la web. Mientras que el segundo es el de producción: el que es pensado y hecho para ser reproducido exclusivamente por fuera de la radio tradicional.

Cuando se habla de podcast, normalmente es para hacer referencia a este segundo tipo, mientras que el primero puede ser considerado como radio a la carta, más allá de su presentación. Como dice Scolari, "cuando nace un nuevo medio, lo primero que se hace es tomar contenidos preexistentes y llevarlos al nuevo canal" (2014: 75). Luego, se adaptarán los contenidos al nuevo medio hasta alcanzar su propia gramática. Son tres fases que, con los podcasts puede considerarse de la siguiente manera: en primer lugar, la retransmisión íntegra de la radio por Internet; luego, la adaptación de los contenidos a los sitios web (por ejemplo, el recorte de contenidos); y finalmente, la producción de contenidos exclusivos: los podcasts. A pesar de estar planteado en forma de secuencia, los tres tipos pueden convivir.

Dentro de los podcasts, también hay una diversidad de contenidos: entrevistas, documentales y hasta ficciones. Y esto hizo que aparecieran las productoras, también llamadas redes de podcasts. Son redes porque se encargan de producir más de un podcast, a diferencia de los podcasters independientes. No hay una única voz, sino que son varios podcasters y cada uno se encarga del tema que sabe.

De esta manera, en la actualidad, se pueden distinguir cuatro formatos de podcasts:

Entrevista: tiene un formato más íntimo, pues esas entrevistas son entre el podcaster y el invitado.

Conversatorio: es uno de los más populares; una mesa de personas que se reúnen a hablar de un tema que va derivando en otros. Dentro de esa mesa, hay personas con más conocimiento sobre la temática elegida.

Ficción: el radioteatro tradicional se adaptó a los podcasts. Fue un formato que se expandió en los últimos años como consecuencia de la aparición de las redes de productoras.

Diario: suele ser más breve en su duración y sale todos los días. Es el formato que eligen los medios tradicionales para dar las noticias.

Relato coral: la narración se va creando a partir de diferentes voces. Es un formato documental.

4.2.1 Redes de podcasts

Así como ocurrió con la radio y la televisión, con los podcasts también surgieron productoras o redes de podcasts. La primera red de podcasts de Argentina fue Posta, fundada en 2014 por el locutor Luciano Bancharo y Diego Dell' Agostino. Ese mismo año se sumaron Lunfa, creada por Mariano Pagella, Christian Di Pasquo, Nicolás Tapino y Alejandro Csome; y la cordobesa Parque.

El origen de redes como Posta y Lunfa se debió a la cantidad de podcasts que hacían sus fundadores, por lo que decidieron aglutinar todo bajo una misma marca. Christian Di Pasquo es uno de los fundadores de Lunfa. Sus orígenes se remontan al podcast *Demasiado cine* en el que comentaban las películas que habían ido a ver. Sobre el origen de Lunfa explica:

Cuando llegamos al episodio 100 de *Demasiado Cine*, veníamos grabando miniprogramas (...) no terminaron saliendo. Y eso fue una semilla porque, en vez de hacer eso, fundamos Lunfa. La idea era producir podcasts y hacer eso que queríamos pero distinto y mejor. (C. Di Pasquo, entrevista personal, 6/11/2020).

Cada una de estas redes tiene su respectiva página web a través de cual publican los podcasts que son actualizados cada día. La difusión también alcanza a las redes sociales, mientras que el audio está disponible en múltiples plataformas como Spotify, Apple Podcasts o Ivoox. No son las únicas productoras en el país. Con más y menos regularidad, también están Inda Haus, Tristana Producciones, Central Podcastera, La Liga FM, Wetoker, Chak Films, Martes Ataca, Lubi y Furor, entre otras que van surgiendo día a día.

Estas redes se encargan de producir podcasts de una forma más profesional. Tienen podcasts de diversas temáticas mientras que, dentro de cada uno, se habla de un tema con mayor profundidad. Es así como, a diferencia de aquellos hechos por fanáticos en donde el tema es libre o puede aglutinar varios desde el cine, las series o los comics, en estas redes es más común encontrar un podcast que habla únicamente

del cine, o hasta entrevistas a personas relacionadas con este ámbito. Los documentales, la ficción y el formato *daily* (de actualización diaria) también son otros formatos que se encuentran en estas productoras, a diferencia de los podcasters independientes, más habitués al formato conversatorio y con menos periodicidad de actualización. En Lunfa, una vez que consideraron que el formato se había desgastado, pensaron nuevas ideas, por lo que decidieron incursionar en los podcasts de ficción, una idea que sus compañeros propusieron luego de escuchar podcasts del exterior.

Aceptamos la idea porque eran 100 episodios igual con los mismos segmentos y ya veníamos haciéndolo de relleno. Estaba gastado el formato y Mariano y Alejandro tiraron la idea de hacer historias de ficción. Nos teníamos que sentar, escribir el guion, elegir una película, ver qué personaje puede hacer cada uno, en qué situación. Ya no teníamos tiempo de ir al cine. (C. Di Pasquo, entrevista personal, 6/11/2020).

Dado que cuentan con mejor equipamiento técnico, ediciones más pulcras, voces profesionales y los servidores de cada sitio, estas productoras necesitan un financiamiento. Una de las vías es la publicidad. Así ocurre con Posta, tal como explica Luciano Bancho, fundador de la red:

La venta de publicidad en nuestros podcasts nos permitió trabajar con sponsors buenísimos y financiar proyectos que no podríamos haber hecho de otra manera. Pero eso tenía un techo porque nos permitía cubrir los costos pero no podíamos crecer, que es lo que queremos. Nos dimos cuenta de que una manera viable de alcanzar lo que queremos es trabajar con aliados: marcas, medios, plataformas, que tienen ganas de contar algo y no saben cómo hacerlo en podcast, y ahí entramos nosotros. (Citado en Coronel, 2019).

De esta manera, Posta le encuentra una vuelta de tuerca al sponsoreo, ya que no se trata solamente de anunciar las publicidades en los diferentes podcasts, sino también de producir podcasts para estas compañías. La productora ha hecho podcasts en

conjunto con HBO, Villa del Sur, Vice, Samsung, Chequeado y Phillips, entre otras empresas.

Por su parte, Lunfa y Parque eligen el *crowdfunding* como posibilidad de financiamiento.⁶ Ambas redes cuentan con un “club” en el que los suscriptores, mediante un aporte mensual, reciben algunos beneficios como podcasts exclusivos. Lunfa, por ejemplo, con esos aportes paga el servidor del sitio web y la licencia del programa de edición; además, pudo hacer su estudio en la casa de uno de sus integrantes para el que compraron equipamiento de grabación como micrófonos, auriculares y un mixer.

Pero además de las redes antes mencionadas, las radios online también ven a los podcasts como una posibilidad de su expansión. Es así que *Futurock* y *Congo* no solo producen sus podcasts, que pueden encontrarse para descarga en sus páginas web y las distintas plataformas, sino que también son emitidos dentro de la programación de la radio. Estas radios digitales también se financian bajo *crowdfunding*. Con una suscripción mensual, se adhiere a un club en el que los aportantes tienen beneficios como sorteos de ropa o descuentos en shows o boliches.

Los medios tradicionales tampoco se quedaron afuera de este asunto. *La Nación* fue uno de los primeros que incorporó podcasts en su sitio web, en coproducción con Posta. Lo mismo intentó hacer *Perfil* con Lunfa aunque el acuerdo no prosperó. Por su parte, *TN* hizo una alianza con *Wetoker*. *Infobae*, *Radio Nacional* y *Metro* también los hicieron, mientras que *A24* tuvo su incursión reclutando a distintos podcasters pero la abandonó al poco tiempo. En tanto que el grupo español Prisa, con emisoras en toda Hispanoamérica (en Argentina opera las radios *Continental* y *Los 40*), lanzó *Podium Podcast*, su propia red con más de 100 podcasts de toda la región. No hay que dejar de aclarar que la sección podcast está cada vez más presente en las páginas web de las radios AM y FM. Sin embargo, no todos son producciones, sino que muchas veces son los podcasts de redistribución antes explicados, es decir, son recortes de la programación.

Este fenómeno de los medios tradicionales acercándose al podcast no es algo que ocurre únicamente en la Argentina, ya que en países donde este formato tiene un recorrido más avanzado convoca a grandes cantidades de audiencia. Agustín Espada (2019) destaca que, en Estados Unidos, cuatro de las cinco productoras de podcasts

⁶ En las radios tradicionales también hubo financiamiento de los oyentes. El primer antecedente se remite a septiembre de 1984, cuando cien oyentes crearon la asociación civil sin fines de lucro *Ensueños*, para financiar el programa de Radio Belgrano *Sueños de una noche de Belgrano*. En 1986 ocurrió una experiencia similar para evitar el levantamiento de *Sin anestesia*, también de Radio Belgrano.

más escuchadas son de grandes corporaciones: *Natinoal Public Radio (NPR)*, *iHeartMedia*, *PRX* y *New York Times*. En tanto que la *BBC* en Inglaterra y *Globo* en Brasil son otras empresas que vieron la oportunidad y producen sus contenidos en este nuevo formato.

4.2.2 Causas del auge del formato

¿A qué se debe este aumento en la producción y el consumo de podcasts que llevó a que los medios tradicionales se sumaran a hacer los propios? Según Agustín Espada (2019), hay varios factores:

1- El auge en las plataformas de consumo *on demand*. Netflix como puntapié en el consumo audiovisual y Spotify en el caso musical. A estas, hay que sumarle nuevas plataformas de video como Amazon Prime Video, Disney+, y de audio como Deezer, entre otras que llegarán al país en los próximos años.

2- El triunfo del *streaming* por sobre la descarga. Relacionado con el primer punto, hoy las películas buscan un servicio para ser distribuidas de forma digital y legal. De la misma manera, los programas de radio y podcasts también buscan plataformas para su distribución como Spotify y Youtube.

3- Podcatchers en sistemas operativos. Los agregadores de podcasts dejaron de ser exclusivos del sistema operativo Apple y se lanzaron a Android. Google lanzó su propia plataforma, Google Podcasts, mientras que Spotify está abierto para que cualquier usuario pueda subir su contenido.

Spotify, además, se involucró comprando la productora neoyorquina Gimlet Media y la plataforma de distribución Anchor. La llegada de la empresa sueca al mercado del podcast es un gran factor para el auge actual. A la distribución en la mayor plataforma de música, hay que agregar la producción de podcasts exclusivos (muchos hechos por celebridades) y la customización en cuanto al deseo de los usuarios

Para Luciano Banchemo, creador de la red de podcasts Posta, el *boom* se debe a las nuevas facilidades de acceso:

Hace unos años escuchar podcast era bastante más complicado: tenías que hacer una re movida de bajarte archivos, combinar programas y tener buena conexión a Internet. Todo muy complicado y poco atractivo para un usuario nuevo. Hoy es mucho más accesible, con plataformas como Apple

Podcast y Spotify, que se metió en el mercado y ya no es para consumo exclusivo de música sino que incluye todo tipo de audio. Esto permitió que gente que no había escuchado un podcast en su vida porque no sabía dónde, ahora tuviera un lugar para hacerlo. (Citado en Coronel, 2019).

A esto hay que sumar el contenido a demanda y la mayor oferta de contenidos:

La explosión de los contenidos on demand y la posibilidad de convertirnos en dueños de nuestra propia programación también contribuyó. Ahora podemos armar nuestro menú optando entre ver una serie en Netflix, una película en HBO GO, escuchar un podcast, un disco o leer un libro o cómic. Y a la vez que se van masificando los consumos on demand, también se expanden los tipos de contenidos: hoy hay una oferta de podcast mucho más atractiva que hace un par de años". (citado en Coronel, 2019).

Para Christian Di Pasquo, creador de Lunfa, esta tercera ola se debe a una moda y un negocio, debido al interés que despertó por parte de medios tradicionales como *TN* y *La Nación* que los terminaron incorporando a sus páginas web.

Según Espada, la multiplicación en las posibilidades de acceso no es el único factor que posibilitó este auge. En 2014, la empresa noruega Acast creó una plataforma que tuvo un éxito mundial. Se trató de *Serial*, un podcast documental-periodístico sobre un asesinato en una escuela de Woodland en 1999, que alcanzó las 68 millones de descargas. Esto hizo que grandes empresas como *The New York Times*, *Washington Post* (Estados Unidos) o *BBC* (Reino Unido), entre otras, comenzaran a producir sus propios podcasts y le dieran una mayor profesionalización en la producción. Precisamente, la productora más escuchada es una radio pública: *National Public Radio (NPR)*, que hizo acuerdos con emisoras públicas de todo Estados Unidos y de otras regiones, como *Radio Ambulante* que llega a toda Latinoamérica.

En 2016 se dio un paso importante para la consolidación del podcast en Latinoamérica. La empresa española Prisa lanzó Podium Podcast, una red que nació para renovar digitalmente la marca. Podium está presente en 13 países de la región y en España. Sus podcasts abarcan todo tipo de género: de ficción, *storytelling* o

documentales. El lanzamiento de Podium hizo que varias empresas de medios nacionales se interesaran por los podcasts como nueva posibilidad de comunicación.

Otro de los factores es la multiplicidad de temáticas. Los podcasts prácticamente no dejan ámbito sin tocar. Pueden ser críticas de películas, escucha de discos, de análisis político, sobre la salud o hasta audiolibros. Se puede hablar de cualquier tema. A esto hay que sumar el formato creativo. Hace tiempo que los podcasts dejaron de ser la mesa redonda de amigos en la que hablaban de un tema en particular que los caracterizó en sus inicios. Hay podcasts de investigación, documentales y hasta pueden narrarse historias en un formato ficcional. Sin embargo, esto también puede ser una desventaja dado el avance de grandes empresas en el mercado del podcast, ya que la medición de escuchas podría hacer que se produzca bajo una lógica puramente comercial, tal como sucede en los medios tradicionales.

Por último, y no menos importante, también está la movilidad. El *smartphone* y las *tablets* dieron lugar al consumo en movilidad. A esto contribuyó la tecnología 4G, con una velocidad de conexión inalámbrica mayor a la del 3G, lo que facilitó la escucha de podcasts sin la necesidad de ser descargados. El podcast no es el único beneficiado con esto. La introducción de auriculares en los teléfonos celulares permitió la escucha de música, ya sea a través de radios o de *playlists* musicales (incluyendo un dispositivo como el iPod). La elección individual pasó a tener un lugar predominante, en donde el usuario elige qué escuchar. Por otro lado, los servicios de *streaming* también hacen lo suyo a través de algoritmos en donde crean *playlists* según los gustos personales, aunque, como dice José Luis Fernández (2017), están bajo la sospecha de ser influidos comercialmente por las grabadoras. Fernández, incluso, dado que el término podcasting se utiliza para recortes de audio que salieron en la radio, señala que también se puede denominar así a los mensajes de voz que se pueden enviar por servicios de mensajería como WhatsApp y redes sociales como Facebook o Instagram, entre otros. Más allá de los debates sobre qué es y qué no es un podcast, éste puede escucharse en cualquier lugar y hasta haciendo otras actividades; incluso usando el celular. A estos oyentes, Fernández los denomina “audionautas”.

Todos estos factores contribuyeron a la explosión del podcast, que dejó de ser un producto de nicho realizado por fanáticos para profesionalizarse y crear un mercado nuevo que tiene aún muchas posibilidades de exploración y de explotación.

4.2.3 La influencia del *streaming* y las plataformas de consumo audiovisual

Una película no es una película hasta que alguien se sienta delante y la ve. La esencia del cine se define por dos conceptos: una pantalla y personas que la disfrutan. Sin público, esto no tiene sentido (...) Ese público que hemos perdido no va al cine porque está delante de una computadora. Quiero decir claramente que no tenemos miedo a Internet, porque Internet es, precisamente, la salvación de nuestro cine (Alex de la Iglesia, citado en Debowicz, 2017).

Quien pronunció estas palabras fue el director de cine español Álex de la Iglesia en la 25ª entrega de los premios Goya en 2011. Cuando aún no se hablaba de sistemas de *streaming* y las descargas ilegales abundaban, el director de *El día de la bestia* (Alex de la Iglesia, 1995) se animó a dar un augurio sobre el futuro del cine. Porque así como hubo otros cambios en la historia del cine, este es un momento donde las salas están conviviendo junto con el *streaming* y el *video on demand* en el estreno de películas.

Pero las salas de cine no fueron, en perspectiva histórica, los únicos espacios para la exhibición de películas. Aida Quintar y José Borello (2014) en su ensayo *Evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en Buenos Aires* dan cuenta de cinco periodos.

El primer periodo (1896-1932) abarca todo el cine mudo. Las primeras exhibiciones se realizaron en confiterías, restaurantes, circos o teatros. La primera sala construida fue el Salón Nacional, inaugurado en 1900 y con una capacidad para 250 espectadores. Fue una etapa de experimentación, tanto a nivel sonoro (músicos que acompañaban, locutores o reproducción de discos) como a nivel visual. El cine europeo, primero, y el cine norteamericano, luego, fueron los que hegemonizaron el mercado local.

El segundo periodo (1933-1955) comprende la aparición del cine sonoro y la multiplicación de salas. También se fundaron los primeros estudios, como Argentina Sono Film y Lumiton, lo que permitió la expansión de la producción nacional. La experiencia de ir al cine creció, no solo en Buenos Aires, sino también en el resto del país con largas colas para comprar entradas y encuentros posteriores en cafés para hablar de la película vista.

En el tercer periodo (1956-1975) aparecen cambios significativos para la industria del cine. La aparición de la televisión y la emisión de películas por parte de ésta, junto con otras actividades que le disputaban el uso del tiempo libre, generó el cierre de algunas

salas. Además, en algunas ciudades del interior apareció el autocine, aunque no tuvo una gran importancia debido a que no tenía mucha difusión el automóvil.

Con la dictadura militar comienza el cuarto período (1976-1994), en el disminuyeron los espectadores en las salas por varios motivos: el encarecimiento de las entradas por la devaluación del peso, la difusión de la televisión por cable y la aparición de los VHS. Para Quintar y Borello, se da una reestructuración en la exhibición debido al aumento del cierre de las salas, mientras que la apertura llegó por el lado de los complejos de multicines y shoppings.

Por último, el quinto periodo se inició en 1995 y alcanza hasta la actualidad. Es una etapa de expansión debido al crecimiento del público en los shoppings y los complejos de cines. También aparece el DVD, una continuación del VHS, pero con mayor capacidad, mejor calidad de imagen, la posibilidad de elegir el idioma del subtulado y hasta contenido extra. Este traspaso de lo analógico a lo digital llevó a que el nuevo formato no solo sea apto para televisores, sino también para computadoras y consolas de videojuegos. Unos años después, apareció el Blu-ray, un formato que prometía mejor calidad de imagen y sonido, acorde a los nuevos televisores LED que fueron surgiendo.

Como indica Maia Debowciz (2018), estos nuevos soportes digitales no fueron ajenos a la explosión de Internet. Al igual que le sucedió al mundo de la música con programas como Napster, las películas comenzaron ofreciéndose en aplicaciones y sitios de descargas ilegales hasta incluso llegar a la venta ambulante. El p2p con Ares y eMule, la descarga directa con Megaupload y los torrents con ThePirateBay son solo algunos de los nombres de los programas que se encargaron de distribuir de manera ilegal desde los archivos de los DVD hasta filmaciones desde una sala de cine.

En septiembre de 2012 se da otro cambio importante en la forma de consumo de películas con la llegada del servicio estadounidense de *streaming* Netflix al país. Este sistema funciona viendo un contenido audiovisual al mismo tiempo que se va descargando a la computadora (u otro dispositivo apto). Ya no es necesario ir al videoclub a alquilar, comprar el DVD para ver una película o incluso descargar un archivo en el disco rígido. Netflix, mediante un menú, ofrece miles de películas y capítulos de series de televisión (además de documentales, *realitys shows* y comedias de *stand up*) por un precio más barato que la entrada a un cine en un shopping. Si bien la compañía fundada por Reed Hastings fue la primera en llegar al país, el sitio pionero fue Youtube con su formato más simple y práctico para ver videos de todo tipo, incluyendo películas (aunque muchas de ellas tienen problemas de propiedad

intelectual, se pueden encontrar las que ya tienen derechos de autor liberados). Estas fueron las empresas que dieron el puntapié inicial para la conformación del sistema de *streaming* en el país y que en la actualidad alcanza a Cine.Ar, Amazon Prime Video, Disney+ y Qubit, entre otras plataformas. Un sistema que fue ampliándose cuando Netflix comenzó a producir sus propios contenidos y obligó a empresas como Disney, Paramount y Warner a desarrollar sus propios sistemas de *streaming*. Sin la presión de rendir en la taquilla, directores como Martin Scorsese, David Fincher y Bong Joon-ho, entre otros, llevaron sus películas a las plataformas sin la posibilidad de que fueran intervenidas.

En marzo de 2020 la consultora Enfoque Consumos Culturales realizó una encuesta sobre cuánto y cómo se consumen los servicios de *streaming*. Además de las plataformas online, el 72% sigue mirando contenidos en la televisión por cable, mientras que las descargas alcanzan al 46%. En cuanto al dispositivo para ver, el Smart tv es el favorito con el 72%, mientras que el 60% prefiere dispositivos móviles y el 50% ver por computadora.

Estos nuevos tipos de acceso a las películas son un factor para el auge que vive el podcast. Existe una retroalimentación entre ambos ya que hay más posibilidades de difusión para películas, especialmente aquellas que no tienen estreno comercial en cartelera o tienen un estreno limitado. A esto, se suma que tanto el podcast como el *streaming* comparten ciertas características: ya no es necesario sintonizar una radio en un día y horario específico, como así tampoco se necesita ir hasta una sala de cine a ver una película. Debido a esto, los podcasts se convirtieron en un aliado para aquellos que quieran hablar de cine con profundidad y no tienen el espacio en un medio tradicional.

5. PODCASTS DE CINE

En este apartado realizaremos un relevamiento de los podcasts de temática cinematográfica en la Argentina, en el marco más general de los programas de radio dedicados al cine. Este recorrido nos permitirá construir una tipología de podcasts en función de ciertas características que definiremos como relevantes para el análisis y la comparación.

5.1. Relevamiento de podcasts de temática cinematográfica

En 2014 apareció el sitio web Argentina Podcastera, la primera guía de podcasts que abarca tanto a la Argentina como a otros países de Latinoamérica. Sus fundadores son el mismo equipo que creó la productora Lunfa: Mariano Pagella, Christian Di Pasquo, Nicolás Tapino y Alejandro Csome. Los cuatro podcasters comenzaron la página web *Demasiado Cine* en 2008 en la que escribían sobre películas. Al año siguiente, dieron forma al podcast de *Demasiado Cine* y en 2014 decidieron lanzar la productora Lunfa. Argentina Podcastera no es otra productora, sino que sirve para distribuir podcasts que pueden ser tanto de una productora como de realizadores independientes.

Uno de sus fundadores, Christian Di Pasquo, explicó en una nota del diario *Perfil* cómo fueron los inicios: “Al ver toda la movida que había en la Argentina, que éramos muchos desparramados y que es un formato en expansión, eso nos movilizó a levantar las banderas del podcast” (citado en Solanot, 2019). En un principio, la página solo tenía podcasts de Argentina y los creadores tuvieron la idea de hacer una web nueva para el resto de Sudamérica, pero finalmente fueron incorporándose a Argentina Podcastera. Los podcasts están divididos por temas y países. El cine es uno de esos temas. A marzo de 2021, se encuentran 126 podcasts bajo esta clasificación, sin contar los programas de radios que también suben extractos de programas en la página (ver ANEXO). A pesar de la cantidad, es un porcentaje bajo respecto de las otras temáticas del sitio, ya que representa el 11% del total de los podcasts que están subidos a Argentina Podcastera.

Por su parte, Spotify tiene una etiqueta de cine, además de una sección dedicada a “Arte y entretenimiento”, donde conviven aquellos que no solo hablan de cine, sino también de libros, series, audiolibros y hasta leyendas urbanas. Los podcasts que hablan específicamente de cine son 20 (ver ANEXO).

El bajo porcentaje de podcasts de cine que hay en Argentina Podcastera y en una de las plataformas más utilizadas como Spotify, hace suponer que no son una gran cantidad. Sin embargo, no debe dejar de compararse con los programas de cine que se emiten en las radios AM y FM de la Ciudad de Buenos Aires. En estas radios solo hay tres programas dedicados exclusivamente al cine: *Manivela* (Radio Nacional), *La autopista del sur* (AM 750) y *Cine argentino CNN* (CNN Radio). Por otro lado, no hay que dejar de mencionar otros programas en donde el cine tiene su espacio junto a otras temáticas como las series o el teatro. Estos son: *Cultura Pop* (Pop), *Malditos nerds* (Vortex), *Sensacional éxito* (Metro), *Orden 67* (Metro), *Preferiría no hacerlo* (La Once Diez) y *Agarrate Catalina* (La Once Diez). Sumando todos los programas, son apenas nueve aquellos en donde el cine no es simplemente una mención dentro de la columna de espectáculos (ver ANEXO). De esta manera, podemos concluir que al no estar atado a una programación que se rige por otras necesidades de información y comerciales, el podcast surge como un lugar relevante para el desarrollo de la crítica cinematográfica. Como explica Agustín Espada, “la novedad de este modelo de distribución da lugar al desarrollo de programas de nicho” (Espada, 2017).

5.2. Clasificación y construcción del corpus de análisis

Que el cine sea un elemento en común dentro de los podcasts, no significa que en todos se ejerza la crítica cinematográfica. Es por esto que haremos la siguiente clasificación para los podcasts de cine.⁷

Magazine: es el formato de podcast de tipo conversatorio, el de mayor uso en los podcasts independientes. En ellos el cine es solo uno de los temas. Comparte espacio con otras temáticas como videojuegos, series, libros, animé u otros elementos de la cultura pop. Esto es debido a la “ley del dejar ser” que manejaban los podcasts en sus inicios, en donde se dejaba que el programa fluyera como si fuera una charla entre amigos. Estos podcasts magazine tienen como características cierta periodicidad, improvisaciones sobre un tema de nicho, con básicos conocimientos radiofónicos y una estética descomprometida. Ejemplos: *Nada mejor que hacer* y *Final alternativo*.

Storytelling: se denominan así porque hay una realización esmerada en la calidad, con guion, grabaciones pulcras, una edición profesional e incluso una periodicidad en sus capítulos que hasta se organizan en temporadas, lo que se asemeja a las series

⁷ En el relevamiento también se encontraron dos programas: *Necochea, mon amour* y *BSO* que hacen un repaso de las bandas sonoras de películas. Sin embargo, son programas de radio tradicional que luego son subidos a internet. Se los entiende como podcasts de redistribución.

estadounidenses. Es en este segundo tipo de programas donde se ejerce con más rigurosidad la crítica cinematográfica con ejemplos como *Hoy trasnoche* (Posta, 2017) y *Krakozeria podcast* (Álvarez Branda, Mamud y Rodríguez, 2018) en donde suelen elegirse una o varias películas, generalmente estrenadas en esa misma semana o mes, para ser analizadas tanto desde lo narrativo como en sus aspectos simbólicos y técnicos.

Entrevistas: el conductor o conductora entrevista a una persona perteneciente a la industria del cine o la crítica (por ejemplo, el director Raúl Manrupe o el investigador Fernando Martín Peña). Ejemplos: *Cinefilia Ninja* y *Directos al infierno*.

Recomendaciones: si bien suelen estar incluidas dentro de los podcasts de magazine o de crítica, también hay algunos podcasts que se dedican exclusivamente a recomendar films. Ejemplos: *Al paso podcast* y *Streaming a la carta*.

Review: son aquellos que realizan un repaso por una obra. Ésta puede ser la carrera de un director o una franquicia de películas. Por ejemplo, *Delpamation*, que le dedica cada episodio a una película del director Brian De Palma; *Padawans* y *Es un trampa*, que repasan las cintas de *Star Wars*; y *La hora del miedo* sobre cine de terror y fantástico.

5.3. Plataformas y modos de consumo

Ya hemos visto el podcasting desde el lado de los emisores, pero aún resta ver qué ocurre del lado de los receptores. Recordemos que, a diferencia de las radios tradicionales, se trata de una escucha asincrónica, por lo que no es necesario detenerse en un día y horario específico. Para esto, la primera pregunta es ¿cómo llega el podcast a los usuarios?

La posibilidad más directa es a través de las páginas web, que generalmente pertenecen a las redes de podcasts. Es así que en www.posta.fm o www.lunfa.fm (por solo nombrar algunas) se encuentran los archivos disponibles de estas productoras para escuchar desde la página, ordenados por fecha de publicación más reciente. Estas productoras cuentan además con redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) que sirven como herramienta de difusión cada vez que sale al aire un episodio nuevo.

Otra posibilidad para que el usuario acceda a los podcasts es a través de los servicios o aplicaciones. iTunes fue la primera, mientras que Google Podcasts y Spotify también desarrollaron sus plataformas en los últimos años. Estos servidores ofrecen la

posibilidad de búsqueda de podcasts, además de la suscripción. Más allá de estos gigantes, también existen otras aplicaciones como Podcast Addict y Castbox.

En abril de 2020, se llevó a cabo la Encuesta de Consumo de Podcast en Argentina por Drop The Mic, una comunidad de realizadores de podcasts, que alcanzó 2335 respuestas. En la consulta sobre en qué plataforma prefieren escuchar podcasts, dominó Spotify, mientras que Youtube se ubicó en el segundo lugar. Respecto a las temáticas favoritas, el cine y las series se ubicaron primeros con el 44,9 %, superando a otros temas como economía, política, música o la tecnología. Con estos datos, podemos concluir que la proliferación de podcasts de cine está vinculada con un interés por parte de la audiencia.

6. ANÁLISIS DEL CORPUS

A continuación, procederemos al análisis de los podcasts elegidos para conformar el corpus de este trabajo de investigación. Estos son: *Hoy Trasnocche* (Posta, 2017) y *Krakozeria Podcast* (2018). La elección de estos podcasts se debió a varias características mencionadas a lo largo del trabajo: en el caso de *Hoy Trasnocche*, pertenece a una productora de podcasts, mientras que *Krakozeria Podcast* es una realización independiente. Por otro lado, los dos programas cuentan con críticos de cine, mientras que en *Krakozeria* también hay aficionados. Ambos podcasts, en el día del lanzamiento de cada episodio, suelen estar entre los diez primeros puestos de los podcasts más escuchados. Respecto a las películas mencionadas, no es el objetivo de los podcasts comentar los estrenos comerciales que más recaudan en la taquilla, sino aquellos films que muchas veces no tienen lugar en la cartelera.

La metodología de abordaje consistió en la escucha de distintos episodios de los podcasts seleccionados, junto con la realización de entrevistas a algunos de sus integrantes.

6.1 *Hoy Trasnocche* (Posta)

Es un podcast de la productora Posta cuyo origen se remonta a una idea que tuvo Fiorella Sargenti para “poder hablar de cine con más tiempo y a un público más específico” (F. Sargenti, entrevista personal, 25/3/2021), distinto al de la radio tradicional. El lanzamiento del podcast fue anunciado a través del Instagram de Posta el 28 de marzo de 2017 con una foto de sus conductores, Fiorella Sargenti y Santiago Calori. Sargenti es periodista, ex-editora de la revista de cine *La Cosa*, conductora y columnista en varios programas de radio en Rock & Pop, Metro y Blue. Por su parte, Calori es guionista de varios programas de televisión, ex-columnista en radios como Metro, Blue, Rock & Pop, Nacional Rock y Kabul, director del documental *Un importante preestreno* (2015) y uno de los fundadores de la revista *La Cosa*. No es el único podcast que hacen, ya que tienen otros dedicados a películas y series específicas. Además, colaboran Luciano Banchemo, como director de Posta, y Nacho Ugarteche en la edición.

Su primer episodio fue publicado el 17 de abril de 2017, luego de que unos días antes se publicara un adelanto de casi un minuto. En el primer episodio definen así el objetivo del podcast: “La idea es hablar de películas, no vamos a hablar de series;

pero no como en un asado, la idea es ir un poco más allá de lo que aparece en cartelera”.⁸ En el comienzo ya se marca una diferenciación respecto a los podcasts que engloban varios temas de la cultura pop o incluso los programas de radio de espectáculos. En el capítulo 11 de la segunda temporada, ampliaron las razones por las que no hablan de series por “la idea de serialización, de expansión, que hace que una historia nunca termine, son historias que están buenas, pero por la universalización terminan cayendo en un principio”.⁹ A esto, agregan que “son muy pocos los ejemplos de una idea autocontenida”,¹⁰ en referencia a las series que tienen un cierre en un capítulo o una temporada y no se extienden en su duración. En conclusión, las series están excluidas porque el objetivo del podcast es hablar de historias que se cierran en una sola película.

La frecuencia de emisión es semanal y se divide en temporadas. La primera temporada comenzó el 17 de abril de 2017, finalizó el 14 de julio del mismo año y constó de 10 episodios. La segunda temporada empezó el 13 de octubre de 2017 y terminó el 26 de enero de 2018 luego de 14 capítulos. La tercera temporada dio inicio el 2 de marzo de 2018 y culminó el 21 de diciembre de 2018 con 37 episodios. La cuarta temporada comenzó el 1 de febrero de 2019 y terminó el 7 de enero de 2020 con 35 capítulos. En total, fueron 94 episodios en el lapso de tiempo relevado, aunque el podcast continúa emitiéndose. Sobre esta división, Fiorella Sargenti indica:

No tenemos reglas. Solemos terminar a fines de diciembre y retomar en febrero, creo, pero ya dejamos de contar temporadas sólo seguimos haciéndolo hasta las fiestas para lo mejor del año, volvemos para el Oscar y en el medio no paramos, salvo alguna semana que no podamos grabar por algo (F. Sargenti, entrevista personal, 25/3/2021).

Si bien decidieron no hablar más de temporadas, se puede apreciar en los inicios del podcast la característica de la división de temporadas que, como indica Godínez Galay, hereda de las series estadounidenses.

⁸ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

⁹ Calori, S., Sargenti, F. (29 de diciembre de 2017). Tu papá es tu novio (No. 21). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/2FS5l0KNjbQAKAmU4z8v9L?si=b9e326cbdb4940aa>

¹⁰ Calori, S., Sargenti, F. (29 de diciembre de 2017). Tu papá es tu novio (No. 21). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/2FS5l0KNjbQAKAmU4z8v9L?si=b9e326cbdb4940aa>

6.1.1 Estructura

La duración del podcast oscila entre los 40 minutos y una hora, aunque, en los capítulos especiales, donde se hace un repaso por las mejores películas del año o las nominadas a los premios Oscar, puede durar más de una hora.

El programa está dividido en bloques que contienen las siguientes secciones:

Primer bloque “El portarretratos”: se relata una anécdota de una persona allegada al mundo del cine. Esta sección está a cargo de Santiago Calori.

Segundo bloque “Estrenos y la película de la semana”: se comienza haciendo un repaso por los estrenos de la semana en cines, con un breve comentario para cada uno, para luego dar paso a la película de la semana de la que harán la crítica. Sin embargo, en algunas ocasiones, la película elegida es un estreno que fue lanzado por un servicio de *streaming* o que incluso no tuvo estreno legal en Argentina. Para Fiorella Sargenti, este límite a los estrenos comerciales se debe a que no están de acuerdo a cómo se maneja ese circuito y a que los limitaría mucho. También ha habido capítulos en donde se habló de películas antiguas. Esto lo justifican porque “no hay un estreno para ver”.¹¹ Si la actualidad lo requiere, también se comentan noticias sobre el cine (futuras películas o novedades sobre las salas), pero esto no es algo que ocurre en todos los episodios.

Tercer bloque “Los caprichos de Flor”: a cargo de Fiorella Sargenti, que repasa historias del Hollywood clásico. Sin embargo, esta sección no estuvo desde los inicios del podcast. Siempre ubicada luego de la crítica, tuvo otros nombres como “Los mitos de Flor”, sobre leyendas del mundo del cine; “Feministas eran las de antes”, para hablar de actrices; y “Glosario”, para hablar de términos exclusivos del cine.

Cuarto bloque “El videoclub”: Santiago Calori recomienda una película justificando el porqué de su recomendación. En el comentario incluye en qué servicio de *streaming* puede encontrarse, aunque no es un requisito excluyente la disponibilidad.

Si bien esta es la estructura en cada episodio, también hay especiales. Al finalizar cada año, realizan un capítulo con el ranking de las mejores películas del año según cada uno. También han recibido invitados como los directores Sebastián de Caro y Alejandro Fadel, que presentaron sus películas dentro de la sección de la película de

¹¹Calori, S., Sargenti, F. (14 de julio de 2017). Séptima función (No. 7). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnocche. Posta.
<https://open.spotify.com/episode/24BB28brkxSeq7meU5hsV6?si=54c70ce8e2b740e1>

la semana, o el productor Axel Kuschevatzky. Más allá de estos invitados, no hay otras voces en el podcast.

Respecto a la edición, a cargo de Nacho Ugarteche, el programa inicia con la presentación de Posta. Luego, da paso a la música del programa (la banda sonora de *Martes 13: Parte 3*, 1982) que dura unos segundos. Cada bloque está separado con unos segundos de música. No hay otros momentos donde se escuche música durante el podcast ni tampoco hay otro tipo de audios como sonidos o grabaciones de otras personas. Sí se recortan otros sonidos como interrupciones o toses.

6.1.2 Crítica

El espacio para desarrollar la crítica es el segundo bloque. Primero se comentan los estrenos de la semana. En este repaso se lee la sinopsis de cada película y, si alguno de los conductores vio la película, realiza un comentario. Por ejemplo, en la película *La espía roja* (Red Joan, 2018), Santiago Calori comentó: “La película es abominable, muy difícil de ver”;¹² mientras que Fiorella Sargenti dijo que “es muy poco inspirada, nada logra generar tensión o un interés”,¹³ en poco más de dos minutos. Luego del repaso, se da lugar a la película elegida para desarrollar una crítica más amplia, aunque en algunas ocasiones puede ser más de una. Según Sargenti, la elección de la película es relajada y casual y más o menos saben qué películas son las adecuadas para el podcast. La película comentada puede ser de autor, de género o de otro país que no sea Estados Unidos. Las grandes películas de Hollywood no tienen lugar en el podcast, dado que no les parece enriquecedor, aunque se aprovechan algunos estrenos como *Avengers: Endgame* (Anthony Russo y Joe Russo, 2019) o *Star Wars: Los últimos Jedi* (Rian Johnson, 2017) para hablar de la situación de la industria cinematográfica en el país. Es común también que se decida ejercer la crítica sobre algún estreno *on demand*. Respecto a esto, Sargenti señala: “no nos limitamos a la grilla de estrenos comerciales porque no estamos de acuerdo en cómo se maneja y nos limitaría muchísimo. No creemos que el cine tenga que ver exclusivamente con la experiencia en sala” (F. Sargenti, entrevista personal, 25/3/2021).

Se puede considerar que *Hoy Trasnóche* es un podcast para la cinefilia posmoderna, dado que muchas de las películas elegidas no se estrenan en salas, es decir, se trata

¹² Calori, S., Sargenti, F. (26 de julio de 2019). Ojalá se te muera un hijo en Navidad (No. 77). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/3vOliu3qIZ07nqkHJqdC6F?si=X7OXqeprTWeZQ19DK4ZaxQ>

¹³ Calori, S., Sargenti, F. (26 de julio de 2019). Ojalá se te muera un hijo en Navidad (No. 77). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/3vOliu3qIZ07nqkHJqdC6F?si=X7OXqeprTWeZQ19DK4ZaxQ>

de la “domesticación del espectáculo cinematográfico” que señalan Jullier y Leveratto. Si bien se menciona cuando se está realizando algún festival como el BAFICI (Buenos Aires Festival de Cine Independiente), no suelen dedicarle mucho espacio, aunque en un capítulo la crítica se ocupó de *La Flor* (Mariano Llinás, 2016).

Como se dijo anteriormente, Fiorella Sargenti ejerce como columnista en varios programas de la radio Metro, en donde también hace un repaso por los estrenos de la semana y es en estos programas en donde comenta las películas más importantes en cuanto a producción. Una situación similar ocurrió con Santiago Calori en el programa *Gente sexy* (Blue/Congo). Además, ambos conductores también hablan de series en sus columnas radiales, mientras que en el podcast dejan explícito que no es un espacio para hablar de series. Es decir, mientras en la radio tradicional eligen comentar los grandes estrenos y series, en el podcast lo hacen con las películas menos populares. En un capítulo del podcast *La posta de Posta*, Santiago Calori determinó cuál es la diferencia entre la radio y el podcast: “podes hablar de cosas con una longitud o con una determinada extensión que no podes hacer en la radio, quizás probando se podría hacer, pero con las normas establecidas hasta el momento indican que no podes hablar 40 minutos de una birome en la radio, pero sí en un podcast”.¹⁴

Además, Calori suma a esta diferenciación el factor del fanatismo: “No hay que pensarlo como un programa de radio, porque para algo están, es un formato que te da una especialización lo suficientemente grande como para hacer un podcast de lo que vos quieras; si sos fan de Batman, podes hacer uno, es en la especialización donde podes llegar a tener el éxito”.¹⁵ Su compañera Fiorella Sargenti está de acuerdo con que en el podcast hay más libertad que en la radio: “no porque haya censura real de algún tipo, es por una mezcla de factores. El primero es el tiempo. Después la chance de hablarle directamente al segmento ya iniciado. Por último, cuestiones más autorrestringidas tal vez como la incomodidad de que mañana haya nota con (Adrián) Suar, que al escucharte gente que tal vez no te elige particularmente te putee durante tres meses, etc.” (F. Sargenti, entrevista personal, 25/3/2021). Además, coincide con el espacio que da el podcast y suma la diferencia entre grabado y vivo con la radio: “El podcast te da un espacio y la capacidad de poder profundizar sobre un montón de temas que en la radio y en un vivo no podés hacer de esa manera. Podés jugar con la

¹⁴ Banhero, L. (30 de marzo de 2015). Episodio 3: Santiago Calori (No. 3). [Episodio de podcast]. En *La posta de Posta*. Posta. <https://anchor.fm/lapostadeposta/episodes/Episodio-3-Santiago-Calori-e2ocsg>

¹⁵ Banhero, L. (30 de marzo de 2015). Episodio 3: Santiago Calori (No. 3). [Episodio de podcast]. En *La posta de Posta*. Posta. <https://anchor.fm/lapostadeposta/episodes/Episodio-3-Santiago-Calori-e2ocsg>

edición y varias cosas. Aunque se puede hacer en la radio, termina en una programación de 24 horas y se pierde” (Fiorella Sargenti, citada en Vega, 2019).

Respecto a la crítica propiamente dicha, entre los muchos aspectos de los que se habla, se pueden mencionar: director, argumento, actuaciones, tono, género, guion, movimiento, películas relacionadas, presupuesto, intención, aspecto visual. Estos puntos no siguen un orden específico ni están presentes en todas las críticas, mientras que algunos de ellos se relacionan.

La crítica suele comenzar comentando la trayectoria del director o directora del film, haciendo un repaso por su carrera. Por ejemplo, en la crítica de *Ad Astra: Hacia las estrellas* (James Gray, 2019), Santiago Calori dijo que el director James Gray tuvo una carrera complicada, ya que sus películas anteriores *Little Odessa* (James Gray, 1994), *Los dueños de la noche* (James Gray, 2007) y *Z: la ciudad perdida* (James Gray, 2016), no son buenas y “no te llevarías ninguna película a la tumba”.¹⁶ Tanto la crítica como las otras secciones manejan un lenguaje informal, humorístico por momentos, por lo que cumple con otra de las características de los podcasts.

Luego se comentan el argumento y algunas escenas. En un determinado momento de la historia, los conductores recomiendan al oyente que ponga pausa y vea la película, ya que se contarán más detalles de lo que transcurre. A diferencia de las críticas que salen en diarios o en la radio tradicional, en este podcast se habla de la película completa.

Otro aspecto que nunca falta es el elenco. Al inicio de la crítica, se nombra quiénes son los protagonistas, cómo son sus actuaciones y qué otros trabajos hicieron. Por ejemplo, en la crítica de la película *Iniciales S.G.* (Rania Attieh, 2019), se dice: “(Diego) Peretti tiene dramas, pero también hace películas muy familiares”.¹⁷ Esto es un comentario sobre los actores y actrices, pero no es una crítica sobre las actuaciones, que suelen realizarse hacia el final de la crítica: “No ves al personaje, sino a Peretti, el tipo tiene que ser al personaje y me da esa sensación en esta película y eso es una falla de dirección y de guion”.¹⁸

¹⁶ Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

¹⁷ Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

¹⁸ Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

Siempre se aclara de qué tipo de género es la película. Esto deriva en otros ítems como el tono, la intención y el guion. Siguiendo con la crítica de *Iniciales S.G.* (Rania Attieh, 2019), Santiago Calori dice “no entendí la película, no entendí el tono, no entendí lo que quieren (...) tiene un tono particular, no sabemos si es un drama o una comedia”.¹⁹ Fiorella Sargenti agrega que “se vende como comedia negra pero no tiene tanto de comedia, es más un drama, es como una película de los Coen pero sin ese tono de comedia”.²⁰ El guion siempre es comentado por Calori, dado que es guionista: “una película te tiene que señalar hacia dónde va, si es un drama o una comedia, pero no daba señales y cuando empezó a darlas en el tercer acto, ya no me interesaba, hay un gran problema de guion”.²¹

El presupuesto también se lleva una parte en la crítica, destacando si es mucho o poco y en dónde se gasta. Respecto a la película *El irlandés* (Martin Scorsese, 2019), Fiorella Sargenti explica “159 millones le sacó (Martin) Scorsese a Netflix, pero el gasto grande no está en el elenco con (Robert) De Niro, (Al) Pacino y (Joe) Pesci porque no le cobran eso”, a lo que Santiago Calori agrega “el gasto grande está en que se filma como antes, el auto explota en serio”.²²

El aspecto visual es abordado de dos maneras. Una de ellas es desde el aspecto técnico, es decir, la fotografía. En la crítica de *El primer hombre en la luna* (Damien Chazelle, 2018), Fiorella Sargenti dice que “logra una espectacularidad sin las cuestiones más tradicionales de la película del espacio, además, muestra la fragilidad tecnológica de la época, en las naves se ve como pobre, logra algo épico y espectacular pero por otra vía, no la tradicional hollywoodense llena de maquillaje, brillos y fuegos artificiales”.²³ Mientras que Santiago Calori agrega que “el director de fotografía, Linus Sandgren, hizo también *La La Land: una historia de amor* (Damien Chazelle, 2016), *Escándalo americano* (David O. Russell, 2013) y *La batalla de los*

¹⁹ Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

²⁰ Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

²¹ Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

²² Calori, S., Sargenti, F. (22 de noviembre de 2019). Qué lindo que es el cine (No. 91).

[Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/1DVrVHn1U9OE2UMbCVvYMP?si=m8araB8qSuyWDyutS0QdMA&dl>

²³ Calori, S., Sargenti, F. (30 de noviembre de 2018). La Luna no es una estrella (No. 59).

[Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/0jLurQFEUrAnb6RPKeClv6?si=Zn8bmmOvSK-gBJeHSSD-kA&dl>

sexos (Jonathan Dayton y Valerie Faris, 2017), o sea es alguien que filma retro, tiene esa idea de fotografía de vieja escuela aunque sean películas que pasan en el pasado”.²⁴ La otra manera es sobre cómo ver la película. Sobre *Mandy* (Panos Cosmatos, 2018), Sargenti comenta “espero que la hayan visto lo más parecido posible al cine, porque acá no podemos verla en el cine, pero es una película para ver con súper buen sonido, en una pantalla grande, a oscuras, no como pasa ahora que vemos las películas en el subte, en cualquier lado o con la ventana abierta”.²⁵

La crítica además incluye otras películas que se relacionan con el film elegido. Pueden ser recomendaciones o influencias que tuvo el director a la hora de hacer la película. En el primer episodio sobre *Logan* (James Mangold, 2017), deciden relacionarla con otras películas porque “son tres películas en una”.²⁶ Los títulos que relaciona Santiago Calori son *El protegido* (M. Night Shyamalan, 2000), porque es “una película sobre el conflicto de un superhéroe y es maravillosa porque no es una película de superhéroes”,²⁷ *Traigan la cabeza de Alfredo García* (Sam Peckinpagh, 1974) porque “un hombre se traslada de un lugar a otro”²⁸ y *¿Quién puede matar un niño?* (Narciso Ibáñez Serrador, 1976) porque “llega a un lugar liderado por niños”.²⁹ Luego, Fiorella Sargenti agrega que *Logan* se relaciona con el género western porque “es un ambiente hostil, tiene la dureza de vivir, la cuestión nómada, lo de ser el extraño, los desafíos de vivir y llevar una nena al otro lado”³⁰.

El debate que expone Mabel Tassara (desarrollado en el marco teórico) sobre el cine artístico y el cine comercial también está presente en las críticas del podcast. Una de las películas que trajo esta discusión fue *Logan* (James Mangold, 2017) de la

²⁴ Calori, S., Sargenti, F. (30 de noviembre de 2018). La Luna no es una estrella (No. 59). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/0jLurQFEUrAnb6RPKeClv6?si=Zn8bmmOvSK-gBJeHSSD-kA&dl>

²⁵ Calori, S., Sargenti, F. (28 de septiembre de 2018). John y Nico, Nico y John (No. 52). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

https://open.spotify.com/episode/5f1RVNVI3FErIR67R77f2P?si=YqWqHka3RbivAr_LC4jTfQ&dl

²⁶ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

²⁷ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

²⁸ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

²⁹ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

³⁰ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

franquicia *X-Men*. Para Santiago Calori, *Logan* "no es una película (...) es algo muy luminoso que se proyecta en una sala",³¹ mientras que argumenta que no lo es porque se la describe como "la última película de *X-Men* y no la última película de James Mangold"³². Es decir, no es cine porque no se puede individualizar a un autor. A esto hay que agregarle los fines utilitarios de entretenimiento y negocio. Calori agrega "no me interesa ver la próxima porque ya sé que va a haber otras, el marketing trabaja sobre la ansiedad".³³ Por su parte, Sargenti, quien se reconoce como consumidora de películas de superhéroes, cree que se deben considerar de otra manera y no de una forma peyorativa. En eso está de acuerdo con lo expuesto por Tassara, sobre que sí se puede ejercer una crítica sobre las películas más comerciales, pero deben ser analizadas de distinta manera. Hay otro punto en este debate que tiene que ver con la ocupación de las salas. Esto ocurrió con la película *Avengers: Endgame* (Anthony Russo y Joe Russo, 2019), cuando Calori dijo que "hay una ley de cine que nadie cumple, es ilegal que se estrene en la cantidad de cines que se estrenó, se debería multar (...) porque los cines pueden estar dando películas de presupuesto medio y acá no se estrenan, y tienen un público (...) hay ganas de estrenar, pero no hay salas".³⁴

La crítica también fue objeto de debate en el podcast. Respecto a qué es la crítica, Santiago Calori dijo: "Ni la crítica formal ni el *hype* es crítica de verdad; tenés de un lado a gente que quiere validarse a sí misma hablándole a una tribuna minúscula y muchas veces imaginaria, y del otro lado, a gente que no sabe, opinando y creyendo que tiene una opinión (...) que a alguien le haya gustado algo, no lo convierte en crítica, lo convierte en la opinión de alguien sobre algo, la verdadera función de la crítica es ayudarte a terminar de entender o contextualizar algo que vos viste".³⁵

Con respecto a cuál es la función de *Hoy Trasnóche*, señaló: "uno debería confiar en su propio criterio o en el de otro, nosotros pretendemos ser eso, que no es ser críticos,

³¹ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

³² Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

³³ Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

³⁴ Calori, S., Sargenti, F. (3 de mayo de 2019). ¡No puedo creer que no sea una venérea! (No. 70). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/24fpCY3XuL6nLYFfnYHwHy?si=FU1xVsytRC-gknZ5CLfcbA&dl>

³⁵ Calori, S., Sargenti, F. (23 de junio de 2017). Especial de Navidad (No. 8). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/1T8ooziLkSzFE3Tb11Hwbk?si=ZnTzebl4QDaDCntHCV59ew&dl>

porque hoy ser crítico está devaluado”.³⁶ Esta devaluación del ser crítico se debe a que “en los últimos 25 años se convirtió en un me gusta o no me gusta”.³⁷ Respecto a la democratización de la crítica cinematográfica que permite Internet para publicar la opinión sobre una película sin restricción, Calori opinó que en páginas que se dedican a agrupar críticas, como *Rotten Tomatoes* o *Todas las críticas*, un crítico profesional con firma no puede tener la misma valoración que alguien que ve muchas películas y se arma un blog. Pero a su juicio los fans también tienen su influencia en la crítica profesional, pues “la injerencia de los fans en los críticos influye como forma de validarse como persona y como profesional”.³⁸

6.1.3 Recepción

En cuanto a la participación de los usuarios, el programa tiene como canal de comunicación una cuenta de Instagram ([Instagram.com/filmejuntoalpueblo](https://www.instagram.com/filmejuntoalpueblo)) que estuvo activa desde el 7 de octubre de 2017 hasta el 19 de agosto de 2018. Luego regresó en abril de 2021, para promocionar una nueva temporada del podcast. En dicha cuenta, los conductores publicaban recomendaciones de películas, fotos históricas y se hacía el anuncio cuando se publicaba un nuevo episodio. En pocas ocasiones se respondieron preguntas que los usuarios hacían allí. Cuando se abrió la cuenta, se le dedicó un espacio en el capítulo “Memoria y balance”, donde respondieron preguntas. Sin embargo, esto no volvió a ocurrir. La cuenta dejó de estar activa debido a un problema de edición en las fotos. Durante los más de dos años que estuvo inactiva la cuenta, los oyentes solo tuvieron la posibilidad de dejar comentarios cuando se anunciaba el lanzamiento de cada capítulo en las cuentas de Twitter e Instagram de Posta. Además, el podcast está subido a aplicaciones (Spotify o Apple Podcasts, entre otros) donde no se permiten comentarios, a diferencia de Youtube, en donde no se publica. A pesar de la posibilidad de dejar comentarios en Twitter e Instagram, no se les da lugar dentro del podcast, por lo tanto, no hay una interacción directa entre los

³⁶ Calori, S., Sargenti, F. (23 de junio de 2017). Especial de Navidad (No. 8). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.
<https://open.spotify.com/episode/1T8ooziLkSzFE3Tb11Hwbk?si=ZnTzebl4QDaDCntHCV59ew&dl>

³⁷ Calori, S., Sargenti, F. (23 de junio de 2017). Especial de Navidad (No. 8). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.
<https://open.spotify.com/episode/1T8ooziLkSzFE3Tb11Hwbk?si=ZnTzebl4QDaDCntHCV59ew&dl>

³⁸ Calori, S., Sargenti, F. (23 de junio de 2017). Especial de Navidad (No. 8). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnóche. Posta.
<https://open.spotify.com/episode/1T8ooziLkSzFE3Tb11Hwbk?si=ZnTzebl4QDaDCntHCV59ew&dl>

oyentes y el podcast. Tampoco se habla de otros podcasts de cine, aunque a veces se mencionan los otros podcasts que hacen los conductores.

Sin embargo, ha habido encuentros con público, algunos organizados de manera individual y otros de manera colectiva. La productora Posta festejó su tercer aniversario el 8 de noviembre de 2017 en Ciudad Cultural Konex con una reunión de todos sus podcasts. También presentaron el evento “Trailers de medianoche” junto al Museo del Cine, en el marco de la edición 2019 del BAFICI, en el que se mostraron *trailers* restaurados en la Sala Leopoldo Lugones. Por último, el domingo 15 de septiembre y el sábado 26 de octubre de 2019 se realizaron dos encuentros exclusivos de *Hoy Trasnoche* en el centro cultural La Confeitería. Todos estos eventos tuvieron capacidad limitada y solo el realizado en el marco del BAFICI fue gratuito. Ninguno de estos encuentros fue grabado y difundido posteriormente. Estos eventos no fueron los únicos encuentros con el público de manera directa, ya que también se organizaron funciones de *avant premiere* para ver algunas películas antes de su estreno.

Respecto a los rankings de los podcasts más escuchados, en Apple Podcasts ocupa el número 2 en la categoría “TV & Film”, mientras que en Spotify tiene la misma posición en la categoría “Artes y entretenimiento”.³⁹

Por último, ambos conductores perciben una remuneración cuando hay sponsors, por lo que se los puede establecer como críticos profesionales.

6.2 Krakozhia Podcast

Krakozeria es un podcast independiente, esto significa que no pertenece a ninguna productora o red de podcasts. Su lanzamiento fue anunciado el 25 de julio de 2018 en las cuentas de Twitter e Instagram con el poster de la película *Ready Player One: Comienza el juego* (Steven Spielberg, 2018). Sin embargo, no se anunció inmediatamente la fecha de publicación del primer episodio, sino que hubo varias publicaciones en ambas redes con preguntas a los potenciales oyentes como, por ejemplo, cuál era considerada la mejor película del director Steven Spielberg. Finalmente, el primer capítulo se publicó el 1 de agosto de 2018 en la plataforma iVoox y fue dedicado a la película anunciada en el primer posteo.

La idea del podcast es de Lucas Rodríguez, que le propuso a Crítico y Cítrico (no revela su nombre real porque bajo ese seudónimo fue sumando seguidores en Twitter y hasta ahora no lo cree necesario) hacer un podcast de análisis de cine. También se

³⁹ Chartable (2021). *Hoy Trasnoche*. <https://chartable.com/podcasts/hoy-trasnoche>

sumaron Manuel Mamud, estudiante de cine, y –a partir del episodio 15–, Juan Manuel Álvarez Branda, crítico del sitio *A sala llena*, que también se dedica a la edición. De este equipo de cuatro personas, solo Álvarez Branda se dedica a la crítica profesional de cine, mientras que Crítico y Cítrico trabaja en la industria como guionista. Tanto Mamud como Rodríguez no ejercen una profesión relacionada al cine. Ninguno se destaca por ser el conductor del programa, sino que hay una rotación en cada capítulo para hacer la presentación. También colabora el usuario Ene Equis, que confecciona los flyers para difundir en las redes sociales.

El nombre del podcast se debe al país ficticio del que proviene el personaje de Tom Hanks en la película *La terminal* (Steven Spielberg, 2004). El himno de ese país ficticio, creado por John Williams, es la canción con la que se inicia el podcast. El objetivo del podcast, según el primer episodio es “hablar sobre el cine, analizar y encontrar nuevas formas de ver el cine o, a veces, volver a los orígenes, pero siempre discutirlo con respeto y argumentos”.⁴⁰ En tanto que, en la descripción sobre cada episodio, se define: “nuestra intención es analizar cada película desde el plano técnico, narrativo y simbólico, pero de la forma más universal posible, intentando bajar a tierra todo concepto teórico”.⁴¹ Crítico y Cítrico agrega: “(el objetivo) es que el oyente pueda cambiar la mirada y que esas herramientas que uno le brinda, las pueda utilizar para lo que sea. Que arranque en el cine y que termine en otras artes, en la vida, en lo que sea”.⁴²

La frecuencia de emisión es irregular. Se publican dos o tres episodios por mes, generalmente cada dos o tres semanas. Repite la característica de los podcasts de la división por temporadas. La primera temporada comenzó el 4 de agosto de 2018 y finalizó el 26 de diciembre de 2018. La segunda temporada se inició el 7 de enero de 2019 y terminó el 16 de diciembre del mismo año. Hasta ese momento, se publicaron 37 episodios, aunque el podcast continúa emitiéndose en la actualidad en su tercera temporada.

⁴⁰ Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (4 de agosto de 2018). 1: Ready Player One (No. 1) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. <https://open.spotify.com/episode/5VqXT1G9SrvBJywuSYmbeq?si=QLAN7EoTRymhop8tFUQsxw&dI>

⁴¹ Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (14 de agosto de 2018). 2: Delivery #1: Annihilation / Candyman / Easy Rider (No. 2) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. <https://open.spotify.com/show/0yKlwnMjuWBCWRgM800hYq?si=CnljDmfVRJCEbRv6Et9Rmg>

⁴² Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (4 de agosto de 2018). 1: Ready Player One (No. 1) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. <https://open.spotify.com/episode/5VqXT1G9SrvBJywuSYmbeq?si=QLAN7EoTRymhop8tFUQsxw&dI>

6.2.1 Estructura

La duración del podcast varía en todos los episodios, pero en una sola ocasión duró menos de una hora (*Episodio 12: Fabián Bielinsky*, 7 de enero de 2019). En cambio, el programa de mayor duración se extendió por casi 5 horas (*Episodio 28: Lo mejor y lo peor de la década*, 20 de agosto de 2019). El podcast termina cuando nadie tiene nada más que decir, según un acuerdo que hicieron Rodríguez y Crítico y Cítrico en el momento de idear el proyecto. Esta característica es inmodificable para los integrantes, que incluso tuvieron una oferta de una productora de podcasts para reducir el tiempo a una hora, pero fue rechazada. Crítico y Cítrico explica:

Hay películas de las que realmente queda muy corto y un análisis hecho y derecho que intentamos hacer nosotros requiere de tiempo, porque se necesita tiempo para explicar ciertas cosas y para que se entienda. Porque si no podemos decir todas las cosas que queremos decir, no las va a entender nadie y no nos gusta esa limitación. Y no nos la daban. Entonces, al final nos pareció que era más importante mantener eso a priorizar lo económico por sobre la longitud o el estilo del podcast. (Crítico y Cítrico, entrevista personal, 6/4/2021).

El podcast no tiene un único formato, sino que va variando. Según sus propias definiciones, estos son:

Formato clásico: análisis de una película escena por escena. Antes de hacer el análisis de cada escena, se pone en contexto a la película. Para terminar, se hace una conclusión sobre la película y el director.

Formato clásico descontracturado: análisis de una película en forma general. No se analiza cada escena, sino que se dedica a otros puntos de la película como los personajes, el guion o el director.

Formato mejor y peor: podios del año y/o de la década. Cada uno de los integrantes realiza su ranking sobre lo más y menos destacado en dicho periodo de tiempo.

Modo posturas: enfrentando posiciones distintas sobre un director. Se discute sobre un director, donde un integrante o invitado tiene una posición “a favor” y otro tiene una posición “en contra”.

A partir de escenas: se desmenuzan presentaciones de películas. A partir de las escenas iniciales, se muestra cómo se desemboca en el resto.

Krakožia conversaciones: pareceres personales de los conductores sobre cuestiones globales del cine a partir de preguntas de los oyentes.

El juego de los opuestos: episodios de comedia y de entretenimiento donde se deben pensar los opuestos a partir de películas y directores.

Los formatos más utilizados son el clásico y el clásico descontracturado. Más allá de tener distintos formatos, cada programa comienza con una sección en donde se responden las preguntas que dejan los oyentes en las redes sociales. Por otro lado, es común que haya invitados. Algunos de éstos fueron: Pedro Seva, crítico del sitio *A sala llena*; Gabriel Nesci, guionista y director de cine; Ángel Faretta, crítico, teórico, poeta y docente; Adrián Szmukler, guionista, montajista y docente; Ramiro García Bogliano, director y guionista; y Hernán Schell, crítico de *A sala llena*. Por su parte, Juan Manuel Álvarez Branda comenzó como invitado en algunos episodios y luego se sumó de forma definitiva al equipo.

Respecto a la música, solo se escucha el himno del país ficticio Krakozhia al principio y al final de cada episodio. No se escucha ninguna banda sonora, a pesar de que se esté hablando de ella, como tampoco se recurre a otros efectos de sonido.

6.2.2 Crítica

El programa comienza con las respuestas a las preguntas que enviaron los oyentes a través de las redes sociales. Luego de unos minutos, llega el espacio para la película elegida para criticar, aunque, dependiendo el episodio, puede ser más de una. El principal motivo de elección es que sea del gusto de alguno de los integrantes. Para la elección de la película, los cuatro integrantes la someten al “Test Krakozhia”, en el que, mediante los pareceres, planos e ideas, concluyen si la cinta es apropiada para hablar en un capítulo. Una vez elegida, vuelven a ver la película y otras que están relacionadas (puede ser por contexto, género o director) para preparar los guiones del episodio. Luego, en las redes sociales anuncian la película a tratar para poder recibir preguntas de los oyentes. Muchas veces se publican varias opciones y es el público el que elige la película mediante una votación. La actualidad no es una restricción para la elección, ya que se puede optar por algunas que se hayan estrenado en años anteriores. Incluso, en uno de los formatos se le pide al público que elija sus películas basándose en un criterio (por ejemplo, la disponibilidad para ser vista). Dado que la frecuencia de emisión es irregular, no se mencionan los estrenos de la cartelera. Sí se les dedica un espacio a los festivales. Por ejemplo, el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata fue cubierto durante tres episodios. Si bien ha habido episodios con

películas estrenadas por *streaming*, no suelen ser de su interés ya que consideran que responden más a la televisión que al cine.

El momento de la crítica, en la mayoría de los formatos, llega luego de responder las preguntas de los oyentes. Primero, se hace una introducción. Por ejemplo, en el episodio 1: *Ready Player One* (2018) se habló del surgimiento de Steven Spielberg como director y la generación del 70 con las opiniones de cada uno. En el episodio 4: *El ángel* (2018) se contextualizó el cine argentino en la actualidad. Siempre se recomienda haber visto la película antes de escuchar el capítulo. Luego, se pasa a analizar cada escena tanto en el plano técnico como el plano simbólico. Siguiendo con el ejemplo de *El ángel* (Luis Ortega, 2018), sobre la primera escena Cítrico y Cítrico dice:

(...) tenemos la primera acción que rompe la narración de la película en forma temprana, porque lo tenemos a Carlitos cometiendo un ilícito y, por otro lado, está trepando algo pequeño, casi de su misma altura y debe ser la única vez que la cámara se ubica a espaldas de él antes de robar, estamos en una posición objetiva, después del primer robo, a todas las casas vamos a entrar antes, vamos a estar en el lugar antes que él (...) con esto da la sensación que nos está robando a nosotros.⁴³

Si bien cada escena se comienza explicando desde el plano, esto es un puntapié para desarrollar otros temas como la fotografía, la narración, los personajes o el guion, pero siempre siguiendo el recorrido de la película. Además, es común que en el comentario se usen ejemplos de otras películas. Para hablar del personaje principal, Lucas Rodríguez comenzó explicando:

Es una película de personaje, quiere contar la historia de Carlos Robledo Puch, esto está presente en todas las películas basadas en hechos reales, pero se aleja del personaje real nombrándolo Carlitos Brown (...) Cuando vemos *Lincoln* (Steven Spielberg, 2012) de Spielberg, no es un documental, no es que podemos decir que es un error cinematográfico,

⁴³ Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (17 de septiembre de 2018). 4: El Ángel (No. 4) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. https://open.spotify.com/episode/7iG6XjjHfVkbw6d2kFhRSH?si=m3Jx_CZ7RCKrTVLG-FbQaQ&dl

sino que es un personaje basado, agarró a (Abraham) Lincoln y se creó el personaje, existe el Lincoln real y el de Spielberg, y eso sucede con Carlitos Brown y Robledo Puch.⁴⁴

A esto, Crítico y Cítrico respondió con un ejemplo de *Hacia rutas salvajes* (Sean Penn, 2007) y Manuel Mamud agregó otro de *Busco mi destino* (Dennis Hopper, 1969).

Este no es el único formato utilizado para hablar de una película. El otro formato más recurrente es el “delivery”, en donde cada uno mira una película para comentarla. El criterio de elección puede variar. En el primer “capítulo delivery”, cada uno le había recomendado al otro una película; en tanto que para el quinto capítulo se preguntó en las redes sociales por películas que estuvieran disponibles para ver en Netflix. De esta manera, las seleccionadas en este episodio fueron *El club de los cinco* (John Hughes, 1985), *La mentira original* (Ricky Gervais y Matthew Robinson, 2009) y *The Babadook* (Jennifer Kent, 2004). Las películas se asignan entre los integrantes y cada uno lleva adelante la crítica de la película que le tocó, pero esto no hace que los otros no opinen, sino que también aportan su punto de vista. A diferencia del formato clásico, no se comenta cada plano. De esta manera, pueden empezar hablando por la impresión que tuvieron o, al igual que en *Hoy Trasnóche*, por el argumento. Si bien los planos se siguen comentando, ya no se hace de manera específica en el orden lineal de la película, esto hace que se comenten otros puntos como el guion o el género.

En la crítica de *La mentira original* (Ricky Gervais y Matthew Robinson, 2009), Juan Manuel Álvarez Branda comenzó de este modo: “me chocó encontrar una comedia así, es un desastre porque le pega a la religión, la política, al ser humano, pero va más allá de un chiste, no se queda en un límite conservador”;⁴⁵ a lo que Lucas Rodríguez agregó “lo más fuerte es el guion, todos esos elementos son del guion, y parte desde una premisa sobre que no existe la mentira y va evolucionando hacia algo más complejo”.⁴⁶ Otro elemento que incorporan en la crítica es la recurrencia a elementos teóricos. Por ejemplo, para hablar de la simetría de *The Babadook*, se explicó según la teoría de Ángel Faretta.

⁴⁴ Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (17 de septiembre de 2018). 4: El Ángel (No. 4) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. https://open.spotify.com/episode/7iG6XjjHfVkbw6d2kFhRSH?si=m3Jx_CZ7RCKrTVLG-FbQaQ&dl

⁴⁵ Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (1 de octubre de 2018). 5: The Babadook / The Invention of Lying / The Breakfast Club (No. 5) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. <https://open.spotify.com/episode/0V2AaquqdJoF2JyeWzIKW7E?si=tLZLNlj5Rd2BnFoCfvOhEq>

⁴⁶ Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (1 de octubre de 2018). 5: The Babadook / The Invention of Lying / The Breakfast Club (No. 5) [Episodio de podcast]. En Krakozhia Podcast. <https://open.spotify.com/episode/0V2AaquqdJoF2JyeWzIKW7E?si=tLZLNlj5Rd2BnFoCfvOhEq>

En estos formatos no se hace un repaso por la carrera de los directores. Pueden nombrarse otras películas que hayan hecho, pero siempre en comparación con la película que se comenta. Por ejemplo, la carrera de Steven Spielberg en el que algunas películas hablan de temas como el escándalo Watergate o el nazismo. No obstante, hay otro formato en el que el episodio es dedicado íntegramente a la filmografía de un director, como los capítulos 6 y 7 dedicados a M. Night Shyamalan o el capítulo 12 dedicado a Fabián Bielinsky.

Existe otro formato en el que se no se comenta ninguna película. Éste se llama “Conversaciones” y debaten sobre preguntas que les hacen los oyentes en las redes sociales. Uno de los debates fue el rol de la crítica. Para Juan Manuel Álvarez Branda, quien se desempeña como crítico, primero se debe tener una responsabilidad y, en segundo lugar, hay que ver el objetivo sobre a quién se quiere contar. Respecto a los aportes de Oscar Traversa que señalan que la crítica tiene como último punto la jerarquía, para Álvarez Branda, el puntaje debe ir sobre la puesta de escena, o sea sobre el trabajo del director, debido a que no se puede poner un 0 porque hay gente trabajando en el aspecto técnico. Para Crítico y Cítrico, el puntaje lo que hace es tapar la crítica, ya que luego se debate sobre eso y no sobre lo que está escrito.

6.2.3 Recepción

El podcast cuenta con dos redes sociales: Twitter (twitter.com/krakozhiapod) e Instagram ([Instagram.com/krakozhiapodcast](https://www.instagram.com/krakozhiapodcast)). Ambas cuentas se abrieron el 25 de julio de 2018, diez días antes de la publicación del primer episodio, el 4 de agosto. En la cuenta de Instagram se anuncia con una captura de Spotify o de Youtube cuando el episodio ya está subido. También se publican los posters de las películas a las que le dedicarán el próximo episodio, con el objetivo de que el oyente la vea antes de la publicación.

Por su parte, la cuenta de Twitter tiene mayor interacción por varias razones: la cantidad de comentarios, los cuales responden y retuitean; y porque mucho de lo publicado en esta red social luego es subido como captura a Instagram. Es desde la cuenta de Twitter donde se les pide a los oyentes que dejen las preguntas que luego serán respondidas en el podcast. Por otro lado, también se reciben comentarios en los episodios que están subidos en Youtube. En esta página, *Krakozhia* no tiene cuenta, sino que los episodios son subidos al canal de Crítico y Cítrico, uno de los conductores. Pero, además, muchos de los videos tienen un alto número de “no me gusta”. Según Crítico y Cítrico, esto se debe a que muchos ingresan pensando que el

video es la película. Es por esto que ahora en la descripción hacen la siguiente aclaración: “Hola. En el título dice PODCAST. Esto NO es la película. Es un PODCAST (símil a un programa de radio) sobre la película”.⁴⁷ Respecto a la cuenta de Instagram, también es utilizada para responder preguntas mediante el uso de historias.

A diferencia de *Hoy Trasnoche*, no ha habido ningún evento que sirva como encuentro con los oyentes. Sin embargo, desde su cuenta de Twitter han hecho sorteos como por ejemplo un libro de Ángel Faretta, un cuadro de *Star Wars*, *merchandising* de Quentin Tarantino, un reproductor de DVD y becas para seminarios de Ángel Faretta.

6.3 Similitudes y diferencias entre *Hoy Trasnoche* y *Krakozeria Podcast*

Hoy Trasnoche y *Krakozeria Podcast* son dos de los podcasts de cine más relevantes de la escena actual y esto no es únicamente por ser de los más escuchados. Ambos tienen dos formas diferentes de ejercer la crítica sobre el séptimo arte, pero también encontramos similitudes entre ellos.

La primera diferencia es el contacto con el público. Esto se puede abordar de dos maneras. La primera es el uso de redes sociales. *Krakozeria* tiene una interacción constante en sus cuentas de Instagram y Twitter, en donde se responden preguntas y se les pide a los oyentes que envíen preguntas para luego contestar en el episodio y hasta se les pide que recomienden películas para analizar. En cambio, *Hoy Trasnoche* abandonó durante más de dos años su cuenta de Instagram y no tiene dentro del podcast un espacio dedicado a los oyentes. La cuenta que se utiliza para anunciar cuando hay un capítulo nuevo es la de Posta, su productora. La otra manera de abordar el contacto con los oyentes son los eventos presenciales. Primero organizados en conjunto con Posta y luego de forma solitaria, *Hoy Trasnoche* ha realizado varios eventos, incluyendo funciones privadas de películas antes de su estreno. *Krakozeria* no ha propuesto ningún evento presencial, aunque, desde las redes también organiza sorteos.

Otra de las diferencias radica en quiénes son las voces del podcast. En *Hoy Trasnoche*, Fiorella Sargenti y Santiago Calori tienen una trayectoria como críticos de cine, tanto en radio como en gráfica. Por su parte, en *Krakozeria Podcast*, de cuatro integrantes, solo Juan Manuel Álvarez Branda se dedica a la crítica de cine en el sitio web *A sala llena*. Se puede decir que Sargenti y Calori poseen un capital cultural mayor y están mejor posicionados en el campo de la crítica cinematográfica. Sin

⁴⁷ Crítico y Cítrico. 10 de enero de 2019. *Krakozeria Podcast* #13 – Nueve Reinas. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=mzODLXiLSSw>

embargo, con la reconfiguración de la crítica en los medios digitales que ofrecen nuevas posibilidades para los fans, los integrantes de *Krakozeria* también refrendan su capital cultural para disputar la posición dentro del campo de la crítica de cine.

Desde el punto de vista económico, tanto Sargenti como Calori reciben una remuneración cuando el podcast tiene sponsors, mientras que *Krakozeria* rechazó esta posibilidad al negarse a pasar a una productora de podcasts. Más allá del grado de profesionalización, esto no hace al estilo que se utiliza. En *Hoy Trasnóche* rige la informalidad que caracterizó a los primeros podcasts. El humor y los comentarios irónicos son una marca y, muchas veces, le dan el nombre al capítulo. En tanto que en *Krakozeria*, pese a ser más integrantes y no dedicarse profesionalmente a la crítica, rige un lenguaje más formal y un estilo más estructurado.

En cuanto a la función y el objetivo del podcast, ambos tienen similitudes. *Hoy Trasnóche* es un podcast que se inició para hablar de películas con más tiempo del que sus conductores, Fiorella Sargenti y Santiago Calori, disponen en la radio. Su objetivo es que los oyentes confíen en su criterio. Por el lado de *Krakozeria*, nació con la idea de hacer públicas las conversaciones sobre cine que tenían Lucas Rodríguez y Crítico y Cítrico. Es el momento de la cinefilia que, como indican Jullier y Leveratto, pasa de lo individual a lo colectivo. Se trata de la cinefilia ordinaria en la que fans como Rodríguez y Crítico y Cítrico juegan un rol esencial en la transmisión del sentido de la calidad artística del cine. Su objetivo es que el oyente pueda cambiar la mirada con las herramientas que le brinda el podcast y pueda aplicarlas a otras películas u otro arte.

Por el lado del formato, si bien lo habitual siempre es analizar una o varias películas, ambos podcasts lo hacen de forma diferente. *Hoy Trasnóche* tiene un formato en donde rige la actualidad. La crítica que se realiza es, principalmente, de un estreno, aunque esto no es excluyente y en algunas oportunidades hablaron de películas antiguas. A eso se le agregan secciones que hacen los conductores que no tienen que ver con la crítica de un film. Todo esto tiene una duración de entre media hora y una hora. *Krakozeria* es totalmente diferente en el formato. Primero, la actualidad no es algo que rige en la elección de la película, por lo que no importa si es un estreno o no. Si bien hay varios formatos, siempre que se hace el análisis de una película es diferente al que se hace en *Hoy Trasnóche*. En *Krakozeria* rige un análisis técnico, narrativo y simbólico y se recurre a la teoría: lo que José Luis Fernández denomina crítica teórica. Mientras que en *Hoy Trasnóche* rige la crítica-género, que contiene elementos periodísticos. En lo que coinciden ambos podcasts es en no calificar con un puntaje a cada película.

Respecto a la película elegida, *Hoy Trasnóche* puede elegir películas que se estrenan por sistemas de *streaming*, siempre con la justificación de que no hay otros filmes interesantes para comentar que se hayan estrenado en salas. Además, para Fiorella Sargenti, el cine no tiene que ver exclusivamente con la experiencia en sala. En cambio, en *Krakozeria* prefieren no elegir películas estrenadas exclusivamente en estos sistemas, ya que, según Crítico y Cítrico, responden más a la televisión que al cine. Según los aportes de Jullier y Leveratto, *Hoy Trasnóche* pertenece a una cinefilia posmoderna donde se da la domesticación del espectáculo cinematográfico; en cambio, *Krakozeria* con la preferencia del cine en sala, pertenece a la cinefilia moderna.

Respecto a la crítica como adjudicadora de lo artístico, ambos podcasts se mantienen marginados respecto de los estrenos más comerciales. Santiago Calori, de *Hoy Trasnóche*, prefiere no comentar películas de superhéroes porque están hechas para el marketing, no se distingue un autor y ocupan una gran cantidad de salas. Su compañera, Fiorella Sargenti, indica que el debate en este tipo de películas no es enriquecedor y que se debe hacer crítica, pero de otra manera. En *Krakozeria* ocurre una situación similar, pero siempre dependiendo de a qué se caracterice como películas grandes. El presupuesto y la cantidad de salas no es uno de los requisitos para la crítica, sino los aportes al lenguaje cinematográfico, aunque prefieren no hablar de una división entre cine arte y cine comercial.

De esta forma, tanto *Hoy Trasnóche* como *Krakozeria Podcast* (a pesar de negarse al cine arte) tienen la característica de la crítica como adjudicadora de lo artístico, ya que las películas más comerciales no son elegidas para ser comentadas o se elige abordarlas de otra manera, como en el caso del debate por la cantidad de salas que ocupan. De esta manera, los podcasts son un lugar para una crítica más amplia, que abarca las películas que no reciben una gran cobertura por parte de los medios tradicionales o, directamente, son dejadas de lado, en un ejercicio que podemos pensar como similar al que practicaron los cineclubes y sus revistas en las décadas del 50 y el 60.

Una de las características de los podcasts es la división por temporadas. *Hoy Trasnóche* tuvo esta partición en sus inicios, cuando en 2017 hicieron dos temporadas, de 10 y 14 capítulos respectivamente. No obstante, a partir de 2018, se abandonó esta división y dejaron de hablar de temporadas. El podcast comienza a publicarse en febrero, en el mes de entrega de los premios Oscar, y finaliza en diciembre con los rankings de las mejores películas del año. Por el lado de *Krakozeria*, sus temporadas siempre abarcaron desde enero hasta diciembre (excepto en 2018 cuando el podcast

comenzó en agosto). Esto siempre ha estado marcado por los integrantes y, para señalar el fin de temporada, al igual que en *Hoy Trasnoche*, hacen un episodio con las mejores películas del año. Sin embargo, en 2021 el podcast no estuvo durante el verano y regresó en abril. Como conclusión, vemos que *Hoy Trasnoche* y *Krakozeria Podcast* utilizan el término “temporada” para referirse a todo un año, a diferencia de las series estadounidenses que se refieren a un cierto período de tiempo entre meses. El final de temporada siempre es la excusa para referirse a las mejores películas del año.

Por último, hay una diferencia entre ambos podcasts en cuanto a los invitados. *Krakozeria Podcast* recibió varios invitados y de distintos rubros de la industria cinematográfica: directores, críticos, guionistas y hasta docentes. Es un programa abierto a otras voces. Por su parte, *Hoy Trasnoche* no es tan permeable: solo ha habido tres invitados (dos directores y un productor) en más de cuatro temporadas y casi cien episodios. En el caso de los directores (Sebastián De Caro y Alejandro Fadel), ambos fueron para presentar sus películas. Estas invitaciones hacia directores o guionistas rememoran al pacto que se realizó en la década del 90 entre los nuevos críticos y la corriente denominada Nuevo Cine Argentino, señalado por Valeria Re y Marina Moguillansky. Este pacto sirvió para legitimar una nueva generación de directores, desechando la anterior. De esta manera, una nueva generación de críticos, conformado por las voces de *Hoy Trasnoche* y *Krakozeria*, contribuye a legitimar el cine de los nuevos directores posteriores al Nuevo Cine Argentino.

7. CONCLUSIONES

La presente tesina de grado tuvo como premisa problematizar la crítica cinematográfica y analizar el rol del crítico en el marco del surgimiento de un nuevo tipo de medio: los podcasts. En este sentido, la pregunta que guió nuestra investigación fue si la crítica de cine había hallado un nuevo espacio para poder desarrollarse. No solamente se vio al podcast como una oportunidad para los críticos profesionales, sino también para los fanáticos que encontraron en este nuevo medio una nueva posibilidad de manifestación.

Para poder abordar esta problemática, nos propusimos hacer un recorrido por la historia de la radio en Argentina, el antecedente más cercano de los podcasts, dada sus características técnicas y de emisión.

Luego realizamos un recorrido por las publicaciones que se inscriben en el rubro prensa cinematográfica desde sus inicios, pasando por las revistas sectoriales, las dedicadas al espectáculo, las de los cineclubes y las que surgieron durante las décadas de los 80 y 90. Señalamos también el ocaso de las revistas en papel y la aparición de las publicaciones digitales, que dieron lugar a una crisis del oficio del crítico cinematográfico.

Llegamos así a plantear el vínculo entre la radio y el cine. La radio, poco a poco, se fue convirtiendo en un fenómeno de masas, con un lenguaje y código propios. Lo que en un principio era una transmisión de eventos se diversificó en una programación. Entre esos contenidos, el cine no quedó afuera: *Diario del cine* y *Pantalla gigante* fueron los primeros grandes programas de donde surgieron numerosos críticos y hasta actores y actrices.

Ya en la actualidad, analizamos las transformaciones que sufrió la radio con la llegada de Internet. Funcionó tanto como retransmisión de las emisoras como en la redistribución de los contenidos, tanto en los sitios web propios como en plataformas. La crítica de cine fue perdiendo lugar en las grillas radiofónicas, limitándose a la columna semanal de estrenos. A esto hay que sumarle la aparición de nuevos dispositivos para su escucha, desde los celulares hasta consolas de videojuegos.

Con los avances técnicos, surgió un nuevo tipo de formato: el podcast. Comenzó en los dispositivos de Apple como unos archivos cortos de audio utilizado en blogs para aquellos suscriptores. Luego, fue quebrando estas limitaciones hasta convertirse en producciones propias. Mayor duración, más libertad de contenidos y nuevas voces

fueron las características que posicionaron al podcast como alternativa a la radio tradicional.

La crítica de cine, que estaba sufriendo la transformación de la revista en papel a lo digital, vio en el podcast una nueva oportunidad de expansión. Algunas de las razones fueron la extensión de tiempo que la radio no les permitía, la segmentación del público y la libertad en la elección de las películas, sin la obligación de limitarse a la agenda semanal de estrenos. A esto contribuyó el *streaming*, como nueva forma de visionado de las películas, no solo por la facilidad en su forma de acceso, sino también por la multiplicidad de opciones más allá de la lógica del mercado que rige en las plataformas *mainstream*. Películas estrenadas solo en estos servicios, o incluso aquellas sin estreno, tuvieron una nueva oportunidad en la crítica de cine. De esta forma, el podcast utiliza la cinefilia posmoderna propuesta por Jullier y Leveratto en donde ganan terreno los medios alternativos de consumo de películas por sobre la asistencia tradicional a una sala, perteneciente a la cinefilia moderna. Es lo que para los autores se denomina como domesticación del espectáculo cinematográfico.

Las facilidades técnicas para hacer un podcast generaron el surgimiento de nuevas voces. Los fanáticos, que ya habían tenido sus propios medios como los fanzines y los blogs, ahora tenían al podcast como una nueva forma de producción de sentido. En los podcasts, los críticos pasaron a convivir con los cinéfilos.

Nos abocamos al estudio de dos podcasts: *Hoy Trasnóche* y *Krakozeria Podcast*. A pesar de ser distintos entre sí, son dos de los podcasts de cine más escuchados del país. Mientras que *Hoy Trasnóche* es producido por una red de podcasts y lo conducen dos críticos profesionales, *Krakozeria Podcast* se concibe de manera independiente y es realizado por personas que no trabajan en medios de comunicación.

En ambos podcasts, además, se problematizan otras cuestiones como la división entre cine popular y cine arte o la experiencia de ver una película en sala. La duración es otros de los aspectos que los diferencia, pero en ambos casos juega a favor. Mientras que en *Hoy Trasnóche* los conductores pueden hablar más que en sus programas de radio, *Krakozeria Podcast* lo toma para hacer un análisis desde una perspectiva técnica, narrativa y simbólica.

De esta manera el podcast, al igual que otros medios de comunicación digitales, no solo es un espacio nuevo para los críticos de cine, sino también para aquellos fanáticos del séptimo arte.

El podcast no es el único medio digital que está creciendo en participación y distribución, sino que también hay otros surgidos en los últimos años y que están siendo utilizados por críticos y fans. Los *newsletters* utilizan el mismo recurso de suscripción que los podcasts y llegan directamente al correo electrónico de los suscriptores, convirtiéndose en una alternativa a las revistas de cine y los blogs. YouTube también es una herramienta, que no solo se utiliza para la distribución de los podcasts sino que además contribuye a aportar imágenes allí donde resulta necesario. En el último tiempo cobró fuerza Twitch, otra plataforma de video pero con transmisión en directo, que permite una interacción entre el emisor y los receptores y hasta tiene la posibilidad de emitir películas en vivo. Por último, no se pueden dejar de lado las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram aunque, con sus limitaciones, funcionan más como complemento que como desarrollo de un medio digital. Todos estos servicios, redes sociales y nuevos medios pueden ser objeto de investigaciones futuras.

8. BIBLIOGRAFÍA

Borda, L. (2015). Fanatismo y redes de reciprocidad. *La trama de la comunicación*, 19, 67-87. Disponible en:

<http://www.rephip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/4501/Borda.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Editorial Montessor.

Broitman, A. y Samela, G. (1993). "Del celuloide al papel. Las publicaciones cinéfilas en Argentina". En González, H. y Rinesi, E. (comp). *Decorados, apuntes para una historia social del cine argentino*. Manuel Suárez Editor.

Broitman, A. (2014a). Aprender mirando. Los cineclubes y sus revistas como espacios de enseñanza-aprendizaje en las décadas de los cincuenta y sesenta. *Toma Uno*, 3, 234-245.

Broitman, A. (2014b). Tiempo de Cine: una revista y su época. La renovación de la crítica de cine en la década del 60. *Actas del IV Congreso de la Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual*. Rosario, 13 al 15 de marzo de 2014 Disponible en: <http://www.asaeca.org/actas.php>

Calabrese, N. (2018). *La crítica de cine en los medios digitales. Un rol en transformación*. Tesina de grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Dámaso Martínez, C. (coord.) (2018). Mesa redonda "Transformaciones de la escritura crítica: del papel al ciberespacio", en dossier "Escritura y modalidades discursivas de la crítica y difusión de arte en publicaciones en la web sobre cine, teatro y visuales". *Cuadernos del Instituto Investigación y Experimentación en Arte y Crítica*, N°3, Universidad Nacional de las Artes, 44-66. Recuperado de <https://assets.una.edu.ar/files/file/critica-de-arte/2018/2018-una-ca-cuaderno-iiac-nro3.pdf>

Debowicz, M. (2017). *Cine en pijamas*. Paidós.

Enfoque Consumos Culturales (2020). *Consumo audiovisual streaming en Argentina*. http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/03/Consumo-audiovisual-streaming-en-Argentina_Enfoque-Consumos-Culturales_marzo-2020.pdf

- Espada, A. (2017). Ecosistema radiofónico online en Argentina: un análisis comparativo de los contenidos de los sitios webs de agregadores, podcasters, radios online y offline. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4 (8), 54-62.
- Espada, A. (2019). La Argentina podcastera. *Anfibia*. Disponible en: <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-argentina-podcastera/>
- Fernández, J. (2006). Límite de la crítica a los medios de sonido. *La trama de la comunicación*, 7, 369-380. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3239/323927061005.pdf>
- Fernández, J. L. (2017). La vida en plataformas: auriculares + smartphones. *Semióticas. Materialidades, discursividades y culturas*, 71-88.
- Gil Mariño, C. (2015). *El mercado del deseo: tango, cine y cultura de masas en la Argentina de los '30*. Editorial Teseo.
- Godinez Galay, F. (2015). Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre. *Question/Cuestión*, 1(46), 135-150. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2462>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jullier, L y Leveratto J. (2012). *Cinéfilos y cinefilias*. La Marca Editora.
- Logan, R. y Scolari, C. (2014). El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático. *Letra. Imagen. Sonido*, 11, 67-82.
- Matallana, A. (2006). *Locos por la radio. Una historia de la radiofonía en la Argentina entre 1923-1957*. Prometeo.
- Merkin, M., Panno, J., Tijman, G., Ulanovsky, C. (1995). *Días de radio. Historia de la radio argentina*. Espasa Calpe.
- Moguillansky, M. y Re, V. (2006). La crítica cinematográfica. Un pacto con el nuevo cine argentino. *Question/Cuestión*, 12.
- Quintar, A. y Borello, J. (2014). Evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en Buenos Aires. *Revista de historia de la industria, los servicios y las empresas en América Latina*, 14, 9-16.

Sarlo, B. (1992). *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Ediciones Nueva visión.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gidesa.

Tassara, M. (2005). Lo semiótico, lo estético y lo artístico en la obra de arte: El discurso de la crítica cinematográfica. *Encrucijadas*, 33.

Traversa, O. (1984). *Cine: el significante negado*. Edicial.

Torres, A. y Espada, A. (2020). *Consumo de podcast en Argentina*. Drop the mic. <https://agustinespada.files.wordpress.com/2020/05/consumo-de-podcast-en-argentina-2020-drop-the-mic-agustin-espada-alejandra-torres.pdf>

Williams, R. (1996). La tecnología y la sociedad. *Causas y azares*, 4, 155-172.

Zenteno, I. (2018). 130.000 fotogramas. Imágenes y palabras de la crítica cinematográfica. *Cuadernos del instituto. Investigación y experimentación en arte y crítica*, 3, 80-89.

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

Banchero, L. (30 de marzo de 2015). Episodio 3: Santiago Calori (No. 3). [Episodio de podcast]. En La posta de Posta. Posta. <https://anchor.fm/lapostadeposta/episodes/Episodio-3-Santiago-Calori-e20csg>

Coronel, F. (27 de septiembre de 2019). Posta, Furor y el boom del podcast en Argentina. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/221780-posta-furor-y-el-boom-del-podcast-en-argentina>

Policastro, F. (27 de noviembre de 2020) Toda una vida dedicada al cine. *Eter Digital*. <https://eterdigital.com.ar/toda-una-vida-dedicada-al-cine/>

Tiempo de Cine N°1 (agosto de 1960). “Quijotes para una agonía” <https://ahira.com.ar/ejemplares/tiempo-de-cine-no-1>

Solanot, G. (22 de noviembre de 2016). El podcast en Argentina: un formato que crece día a día. *Perfil*. https://www.clarin.com/espectaculos/radio-argentina-100-anos-amor-nacio-terrazza_0_FwBi5Uvsq.html

Vega, J. (22 de noviembre de 2019). Fiorella Sargenti: Los grandes tanques están ocupando muchas salas. *Nexofin*. <https://www.nexofin.com/notas/844102-fiorella-sargenti-los-grandes-tanques-estan-ocupando-muchas-funciones-en-las-salas-n/>

Zucchi, M. (27 de agosto de 2020). La radio en la Argentina: 100 años de un amor que nació en una terraza. *Clarín*. https://www.clarin.com/espectaculos/radio-argentina-100-anos-amor-nacio-terraza_0_FwBi5Uvsg.html

CORPUS

Hoy Trasnoc

Calori, S., Sargenti, F. (17 de abril de 2017). Primera función (No. 1). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta. <https://open.spotify.com/episode/5cela28JqMUOo3cwU8K5jG?si=268834ae0b564902>

Calori, S., Sargenti, F. (14 de julio de 2017). Séptima función (No. 7). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta. <https://open.spotify.com/episode/24BB28brkxSeq7meU5hsV6?si=54c70ce8e2b740e1>

Calori, S., Sargenti, F. (29 de diciembre de 2017). Tu papá es tu novio (No. 21). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta. <https://open.spotify.com/episode/2FS5l0KNjBQAKAmU4z8v9L?si=b9e326cbdb4940aa>

Calori, S., Sargenti, F. (23 de junio de 2017). Especial de Navidad (No. 8). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta. <https://open.spotify.com/episode/1T8ooziLkSzFE3Tb11Hwbk?si=ZnTzebl4QDaDCntHCV59ew&dl>

Calori, S., Sargenti, F. (28 de septiembre de 2018). John y Nico, Nico y John (No. 52). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta. https://open.spotify.com/episode/5f1RVNVI3FErIR67R77f2P?si=YqWqHka3RbivAr_LC4jTfQ&dl

Calori, S., Sargenti, F. (30 de noviembre de 2018). La Luna no es una estrella (No. 59). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta. <https://open.spotify.com/episode/0jLurQFEUrAnb6RPKeCiv6?si=Zn8bmmOvSK-gBJeHSSD-kA&dl>

Calori, S., Sargenti, F. (3 de mayo de 2019). ¡No puedo creer que no sea una venérea! (No. 70). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnoc. Posta.

<https://open.spotify.com/episode/24fpCY3XuL6nLYFfnYHwHy?si=FU1xVsytRC-gknZ5CLfcbA&dl>

Calori, S., Sargenti, F. (26 de julio de 2019). Ojalá se te muera un hijo en Navidad (No. 77). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnocche. Posta. <https://open.spotify.com/episode/3vOliu3qIZ07nqkHJqdC6F?si=X7OXqepRTWeZQ19DK4ZaxQ>

Calori, S., Sargenti, F. (26 de septiembre de 2019). A dos toses (No. 84). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnocche. Posta. <https://open.spotify.com/episode/6dxeV15ztx2ziMeJmxDFSI?si=mfsFbXBJSmSWJL5xOrcvgA>

Calori, S., Sargenti, F. (22 de noviembre de 2019). Qué lindo que es el cine (No. 91). [Episodio de podcast]. En Hoy Trasnocche. Posta. <https://open.spotify.com/episode/1DVrVHn1U9OE2UMbCVvYMP?si=m8araB8qSuyWDyutS0QdMA&dl>

Krakozeria Podcast

Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (4 de agosto de 2018). 1: Ready Player One (No. 1) [Episodio de podcast]. En Krakozeria Podcast. <https://open.spotify.com/episode/5VqXT1G9SrvBjywuSYmbeq?si=QLAN7EoTRymhop8tFUQsxw&dl>

Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (14 de agosto de 2018). 2: Delivery #1: Annihilation / Candyman / Easy Rider (No. 2) [Episodio de podcast]. En Krakozeria Podcast. <https://open.spotify.com/show/0yKlwnMjuWBCWRqM800hYq?si=CnIjDmfVRJCEbRv6Et9Rmq>

Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (17 de septiembre de 2018). 4: El Ángel (No. 4) [Episodio de podcast]. En Krakozeria Podcast. https://open.spotify.com/episode/7iG6XijHfVkbw6d2kFhRSH?si=m3Jx_CZ7RCKrTVLG-FbQaQ&dl

Cítrico, C., Mamud, M., Rodríguez, L. (1 de octubre de 2018). 5: The Babadook / The Invention of Lying / The Breakfast Club (No. 5) [Episodio de podcast]. En Krakozeria Podcast. <https://open.spotify.com/episode/0V2AaquqdJoF2JyeWzIKW7E?si=tLZLNij5Rd2BnFoCfvOhEg>

9. ANEXOS

9.1 ENTREVISTAS

9.1.1 Christian Di Pasquo, fundador de la productora de podcasts Lunfa y de la página web Argentina Podcastera

¿Cómo conociste los podcasts?

Conocí en la secundaria a Mariano Pagella y después del colegio mantuvimos la relación. Los dos somos comiqueros y un día me dijo “escuchate el podcast de *Comiqueando*” que era una revista argentina de comics en los 90 y ahora quedó como sitio. En el 2008 lanzaron su primer episodio de podcast, estaban hablando sobre comics, información, la revista ya no salía porque dejó de salir en el 2001 y tuvo un parate hasta 2005 y después le dieron más bola al sitio de Internet. Mariano ya venía escuchando algo de afuera y él me inició en los podcasts.

¿Y cómo fue el paso de ser oyentes hasta que decidieron hacer un podcast?

Eso también viene de la mano de Mariano. Él estaba haciendo un curso del CBC en el verano y estaba con un amigo, Jorge, y otras tres personas más y tenían que hacer un corto copiando una escena de *9 reinas* (Fabián Bielinsky, 2000) como trabajo práctico. El único que tenía cámara era yo y ofrecí la cámara y me engancharon para hacer del personaje de Gastón Pauls. Se armó una relación entre los tres y empezamos a ir al cine todos los martes, cuando el cine era barato. Salíamos del trabajo, nos encontrábamos en Showcase Belgrano y dijimos “¿por qué no hacemos un sitio?” e hicimos el sitio demasiadocine.com. Era una época de mucho intercambio de mails y nos intercambiábamos películas también. Todo nuestro universo era sobre películas. El 4 de abril de 2009 nos juntamos en una confitería en el centro que no existe más y Mariano, que es diseñador gráfico, la diseñó toda, nosotros pusimos nuestros puntos y la pusimos online el 4 de abril de 2009. A los meses, mayo o junio, Mariano nos dice “¿y si hacemos un podcast de cine?” y nos animamos. El hermano de Mariano, Nico (Charlie Waits), nos prestó unos micrófonos y nos lanzamos. Hicimos el primer episodio en junio o julio de 2009. Estábamos duros en el sentido que era lo primero que hacíamos. Todas las malas palabras se editaban, éramos muy correctos. En el sitio de Lunfa está lo que se cortó.

O sea, empezaron como una página con reseñas y pasaron al podcast.

Sí, pasamos al podcast y fuimos arreglando, mutando, hasta lo que fue.

¿Y cuál fue el siguiente paso? ¿Quisieron hacer más?

Sí, para los siete meses queríamos cambiar el formato. Las secciones eran: la introducción, las noticias, las fichas, la película que habíamos visto y los recomendados. Esos recomendados era de películas que habíamos visto que era una idea robada del podcast de *Comiqueando* que al final siempre recomiendan los comics que leen. Después aparecieron las fichas que eran los estrenos de la semana. Había que grabarlo los martes o miércoles a la noche porque los estrenos son los jueves y entre el lunes y el martes nos llegaba el mail de las distribuidoras de si se confirmaba o cancelaba un estreno. Al principio lo grababa Mariano con el hermano, después lo hacía Alejandro y después lo tomé yo. Todos se desligaban de las fichas porque había que estar corriendo. Y grababa desde mi casa, con el micrófono bajito porque vivía con mis viejos y se escuchaba malísimo, pero lo disfrutaba. El podcast original fue mutando y salió *Demasiado Cine Extra* donde tocábamos temas específicos: películas de terror o hacíamos una mesa redonda, íbamos probando hasta encontrar, pero era sumarnos más carga horaria para grabar y de edición. Porque vos grabas 4 horas y después para editarlo tenes que calcular 4 horas más, porque tenes que escuchar todo y agregar la música y todo eso. La edición la hacíamos nosotros con programas que íbamos probando hasta que al final compramos una licencia. Antes era aprender en el camino hasta que nos fuimos encaminando. Esto fue de 2009 a 2014 en *Demasiado Cine*. Cambiamos el elenco y empezamos a ver que había otros podcasts, estaban todos diseminados y Mariano se puso a investigar sobre el podcast en Argentina, hace cuánto estaba, cuántos había y empezó a enviar mails para juntarnos y así crear la página *Argentina Podcastera*, por ahora, el único portal con todos los podcasts argentinos, que además tiene de Latinoamérica. Estuvo cerca de salir un nuevo portal llamado *Sudacast* que iba a ser lo mismo pero de toda Latinoamérica pero quedó abandonado y *Argentina Podcastera* lo absorbió. Yo un poco me alejé porque nació mi hija. Los primeros podcasts los grabaron Mariano, Alejandro y Nico y la idea fue querer conocer más, explicar qué era un podcast. No recuerdo si se grabó un podcast de cómo grabar un podcast, todo esto fue en 2014. Y en 2015, cuando llegamos al episodio 100 de *Demasiado Cine* (hacíamos cambio de temporada cada 100 episodios), veníamos grabando miniprogramas o *spin offs*. El mío se iba a llamar *Cine Clase B*, sobre cine bizarro. Hay un episodio piloto sobre *Reina Salvaje* (Héctor Olivera, 1985). Se anunció e hicimos un vivo en la Casa Cultural Correa. Hicimos una

presentación con pantallas, imágenes de cada episodio, y no hicimos nada. Siempre que anunciábamos algo, no pasaba nada. No terminaron saliendo los *spin offs*, aunque se hicieron los pilotos. Y eso fue una semilla, porque en vez de hacer eso, fundamos Lunfa, la idea era producir podcasts y hacer eso que queríamos hacer pero distinto y mejor. Compramos equipos, el micrófono zoom h1, auriculares, estábamos envalentonados. Y en la segunda temporada de *Demasiado Cine* hicimos podcasts ficcionalizados relacionados al cine.

¿Por qué decidieron hacer podcasts de ficción?

Mariano y Alejandro estaban más metidos en eso porque escuchan podcasts de afuera. Y aceptamos la idea porque eran 100 episodios igual con los mismos segmentos y ya veníamos haciéndolo de relleno. Estaba gastado el formato y tiraron la idea de hacer historias de ficción. Nos teníamos que sentar, escribir el guion, elegir una película, ver qué personaje puede hacer cada uno, en qué situación. Ya no teníamos tiempo de ir al cine.

¿Dónde grababan?

Pasamos por cinco lugares, pero siempre en casas, nunca en un estudio. Primero en la casa de Mariano, con la mesa y ninguna preparación, no teníamos equipo, teníamos que poner el micrófono a una altura y no teníamos trípode. Fuimos a un bazar y medimos un florero y compramos varios. Era todo rudimentario. Alejandro Goldstein era el único que tenía auto y cargábamos los micrófonos y los floreros. Yo me quebré en una época y entonces venían a grabar a mi casa. Y en 2016, en la casa de los padres de Alejandro quedó una oficina vacía y la usamos como estudio. Compramos unos paneles acústicos y llenamos la habitación. Hicimos el estudio de Lunfa, ya habíamos comprado un mixer grande, mejores micrófonos, la licencia, le poníamos más garra. Pero la vida hizo que ese estudio dure un año y se fue desarmando *Demasiado Cine*. No fue que decidimos separarnos. Antes nos juntábamos una vez a la semana y terminábamos a la madrugada, entonces dijimos de juntarnos una vez al mes los sábados o los domingos y grabábamos desde la mañana todos los episodios que podíamos. Era una buena época porque grabábamos desayunando, después comíamos asado, se grababa, se merendaba, se grababa otra vez y después cada uno a su casa. Era mi descarga a tierra porque yo trabajaba en Fiat y veníamos muy mal manejados y eso era descargar, reírse con tus amigos.

¿Cómo era la respuesta de los oyentes?

Al principio, cuando empezamos con el sitio, no se metía nadie. Y a los dos meses vino Mariano con la idea del podcast y de a poquito, primero fuimos subiéndolos al servidor de la página, después a Ivoox, y también era el furor de Facebook, hicimos un grupo y lo subimos ahí. Y se fue formando una comunidad: la DC Family. Hicimos una vez una juntada que fuimos todos al cine. Pensábamos que no iba a haber nadie y había 10 personas y encima nos trajeron regalos. Uno me trajo un muñeco de *Star Trek*, que yo soy fanático. Nos sorprendió a todos el cariño y el afecto. Hicimos la Argenpod en diciembre de 2014, la primera convención de podcasters en Argentina. Vino un flaco que nos explicó que estaba muy mal por el fallecimiento de un familiar y con nosotros fue levantando el ánimo. Y en la Argenpod apareció con un cuadro de la película favorita de cada uno. No caíamos en lo que había del otro lado.

Empezó como una juntada de amigos y terminaron haciendo más amigos.

Claro. Una vez nos juntamos a comer en una pizzería y fueron familias. Era el flaco con la mujer y los hijos. Nos sorprendió la respuesta del otro lado y cómo algunas cosas que hicimos y no pegaron, ahora están pegando, hay otros podcasts que hacen lo mismo y decimos “che escuchá esto, lo hacíamos nosotros”. O lo escucharon y lo copiaron y evolucionó el formato. En el momento no te dabas cuenta, pero ahora te hace extrañar más eso.

¿Cuáles eran los criterios para los podcasts en Lunfa?

Las malas palabras siempre las cortamos. Hicimos un click con el podcast de Batman en el que pusimos un cronómetro para que dure una hora y media, y ya era mucho para Mariano que escuchaba podcasts afuera. El de Batman salía en dos tandas porque Ivoox solo te permitía subir dos horas, entonces editábamos un episodio y lo hacíamos en dos. La gente nos decía que escuchaba los podcasts en la oficina, de fondo. Y cuando hicimos el cambio de formato a la ficción, ahí nos preguntaron por qué hicimos el cambio porque tenían que pararlo a escuchar y nos decían de volver al viejo formato porque no les gustaba. Habíamos recortado la duración porque, como dice la frase, “si es breve, dos veces bueno”, y además si es largo, tenes que rellenar mucho y después eso lo tenes que editar. Y escuchábamos todos nuestros sonidos de la boca, así que compramos los antipods para ayudar a la edición. Tratamos de encontrar un punto medio y así sacamos los últimos podcasts con menos ficción y más charla, pero Alejandro y Mariano estaban cada vez más complicados. Y en una cena de fin de año en 2016 salió la idea de hacer la biografía de Arnold Schwarzenegger, en el medio grabamos la saga de Rocky y tuvo buena respuesta de la gente. Grabamos la de Los Cazafantasmas tratando de salir del viejo formato, haciendo otros

subprogramas, con mesa redonda. Cada sección era un programa. La idea era que los podcasts durasen 40 minutos y Mariano insistía en que los hiciéramos más cortos porque la gente presta más atención y no podíamos hacerlo. Yo editaba en el trabajo mientras almorzaba y trataba de bajarlo a 30 minutos y si no podíamos cortarlo más, salían así. Las ficciones, como por ejemplo la de *Terminator Génesis* (Alan Taylor, 2015) o la de *Ant-Man: El Hombre Hormiga* (Peyton Reed, 2015) que no salieron al aire, se trataron de hacer en 20 ó 25 minutos. Escribíamos los guiones y teníamos que repetir la grabación por lo duro que éramos en la expresividad. Yo escribo el guion, pero lo hacía como si lo fuese a publicar, no como si yo lo hablara. El podcast duraba poco pero la producción era cada vez más grande.

¿Cuál es la duración ideal?

A mí me cuestan los cambios. Cuando se cambió el formato de la temporada 1 a la 2, me costó. Cuando pasamos a grabar 2 ó 3 horas a que dure menos, con el cambio de dinámica, me costó. Al principio éramos jóvenes e inexpertos y después te vas profesionalizando y fijando todo, eso me hacía un poco de ruido, pero por el hecho de que a mí me cuestan los cambios. Para mí tiene que durar depende de cuánto te enganche el podcast. Por ejemplo, hay un podcast de comics argentino que dura 1 hora y media ó 2 horas y no lo puedo escuchar. No es por mandarnos la parte, pero la calidad que teníamos, inclusive al principio con los micrófonos que teníamos, eran mejor que lo que graban ahora. No puedo creer que 10 años después se escuche así. Teníamos que hacer silencio para que capte el ruido ambiente y después sacarlo, no era cortar los insultos y listo. Hoy escucho ese podcast que es super interesante por los temas, pero está el ruido y dicen “emm” y eso lo tenes que editar. Tiene muchos seguidores, pero a mí me cuesta, no sé si es por *Demasiado Cine* que me acostumbró así. Para mí tiene que durar dependiendo de cómo lo trata. El de *Comiqueando* me encanta, tiene problemas de sonido e igual los escucho porque los escucho hace 12 años y a algunos de ellos ya los conozco. Si duran 2 horas, los escucho 2 horas. Hay podcasts españoles que duran 20 minutos y los escucho los 20 minutos. Si en 2 horas se empieza a diluir, deja de ser interesante, empiezan a hacer “emm”, no me interesa. Tiene que durar dependiendo el contenido y cómo está el sonido. También depende el gusto de cada uno. A mí me gusta escuchar el podcast de un tirón. En una época trabajaba en Ezeiza, ponía el celular en el estéreo del auto y lo escuchaba en el viaje. O en el colectivo o en la misma oficina, bajaba en el disco rígido los podcasts y los escuchaba. En ese disco tengo muchos archivos, crudos de audios, primeros episodios de podcasts, y no los puedo borrar.

¿Hacían podcasts de terceros en Lunfa?

En el 2016 con Mariano vendíamos comics. Y conocimos a Gustavo Casals, que nos compraba. Él había empezado a grabar *Alfred Pennyworth presenta*. Y ahí nació la idea de *1982*, el podcast sobre la música que no se pudo escuchar acá por la guerra de Malvinas. Fuimos a la casa de Charlie y éramos cinco grabando. Preparamos los paneles acústicos y estábamos muy ajustados, muriéndonos de calor, pero queríamos hacerlo más profesional. Y vino Gus, grabó 12 episodios, uno por mes, gustó y después Mariano le dijo de hacer una segunda temporada y ahí nació *Producido por*, que era sobre productores de música. Y después, ya con el estudio, empezó a aparecer la saga de Arnold Schwarzenegger, que nació en una cena de fin de año. Y ahí con Lunfa queríamos ampliar el universo. Mariano y yo grabamos *Supercast*, Ale y Nico el de la saga de *Star Wars*. Fue en esa marea de podcasts que apareció *Producido por* y después Mariano vino con la idea de *Contemos historias*, que es todo de él, más allá de algunos invitados. Y ahí se disgregó. Siempre está la posibilidad que alguno tire alguna idea para que Lunfa siga viviendo, pero el hecho de que nosotros grabemos ya no está más. Mariano edita y produce para afuera. Yo todas las noches me acuesto y pienso en qué grabar. La idea es hacer un podcast de AHGA (Archivo de Humor Gráfico Argentino), grabé algo hace dos años, fue un episodio piloto que no salió. Todos tienen de episodios pilotos que no salieron. Grabé uno de comics en el que hablé muy rápido y no salió. Siempre está la idea de hacer algo y retomar. Las dos chicas de *Contemos historias* hacen hilos de Twitter y Mariano fue y le dijo de hacer un podcast. Además, Mariano hizo un curso para el exterior, hizo contactos y empezó a trabajar para afuera. Se fue despegando de *Demasiado Cine*, pero no de Lunfa, y él produce. Hay dos chicos más que se sumaron que también editan y producen para afuera, porque tienen el oído más desarrollado porque escuchan podcasts en inglés. Yo escucho, pero un poco perdí la costumbre. Lo último fue lo de *Fugas*. Hace un año, Perfil quiso sacar sus podcasts, Mariano quiso llevar ideas pero al final terminó en otra cosa.

¿Recibieron otras propuestas además de la de Perfil? ¿Alguna radio?

A principios de 2009 ó 2010, una radio de Pontevedra, en Provincia de Buenos Aires, nos pedía la ficha para pasar los miércoles a la noche. Teníamos que hacer dos intros, una para el podcast y otra para la radio. Era un enlatado. Después con el tiempo, no. Porque, haciendo un paralelo con Posta, ellos empezaron a recibir propuestas y como ellos tienen más posibilidades económicas, tenían llegada y tenían gente que les manejaba publicidad, y nosotros no, era todo a pulmón en los huecos que teníamos. Sí

nos invitaron a otros podcasts y a la radio. Sebastián De Caro nos invitó, yo justo no pude ir, y hubo integrantes que tuvieron otras propuestas pero Lunfa no, porque éramos un grupo chiquito y no podíamos dedicarle todo el tiempo que queríamos. Hubiera sido un golazo vivir de esto pero no pudimos. Mariano vive de esto.

¿Qué gastos económicos tenía Lunfa y cómo se financiaba?

Primero, de nuestro bolsillo. Comprábamos micrófonos y dividíamos. Y la gente nos decía “queremos ayudar”. Primero decíamos que no nos parecía y después con el estudio dijimos “vamos a monetizar”. Y en 2016 hicimos un Patreon que empezamos a publicarlo con metas. Era en dólares y la gente ponía y los nombrábamos o hacíamos un podcast especial que se publicaba en la página y se tenían que loguear para escuchar. Por ejemplo, los *outtakes* se editaban e iban para el Club Lunfa. Hemos llegado a recibir en el pico, que fue cuando nos disolvimos, 200 dólares. Y con eso compramos un mixer más profesional, con más entradas. Después bajamos la cantidad de podcasts que hacíamos y empezó a disminuir el ingreso. También pagábamos el servidor, gastos de viaje, de comida, compramos sillas. Nadie recibía un sueldo, pero todo se pagaba con eso. En un momento sentíamos que no respondíamos, que no queríamos y dijimos que no pongan más plata, creo que hay uno que se olvidó de darlo de baja y todavía se sigue usando para pagar el servidor.

¿A qué pensas que se debe el auge de los podcasts?

Yo digo que esta es la tercera ola. Hubo una pequeña ola en 2009, que fue cuando empezamos nosotros. Hubo una segunda ola en 2014 en la época de Argentina Podcastera, que fue cuando ya todos salían a grabar con el celular. Y esta tercera ola empezó el año pasado. Me parece que están teniendo más publicidad. *Posta* fue entrando en los medios, *TN* empezó a tener podcasts, *La Nación*, cada diario y radio empezaron a tener y encontraron el filo por ahí. También hay algunos que le dicen podcast a grabar el programa de radio, sacarle las publicidades y subirlo. Creo que esta tercera ola viene por ahí porque también hay ingresos, pero para entrar a esa ola creo que tenes que tener un apoyo y un respaldo importante. En 2009 ó 2014 entrabas a la página de *TN* o de *Clarín* y no estaba la sección de podcasts. Ahora está en todos lados. Antes tenías que buscar. Estaban las plataformas, pero ahora están en todos lados. Cuando Spotify empezó a levantar los podcasts de Lunfa nos volvimos locos. Ahí tuvimos un repunte. *TN* tenía podcasts, pero no eran de ellos, era de alguien que grababa y los ponía en su página. El podcast de Ariel Tarico yo lo escuchaba y me hacía acordar mucho a uno que había en Argentina Podcastera de un productor de stand up que hace entrevistas. A raíz de eso, Perfil se puso a buscar para sumar

contenido. Desde Lunfa quisimos meternos, pero no pudimos. Para mí, esta nueva ola es moda y negocio.

¿Cómo ves el futuro del podcast?

Para mí, va a seguir. Hubo gente en 2010 ó 2011 que se sumó porque dijo “acá hay plata”, la remaron y se bajaron. Para mí van a seguir porque ya están instalados, no creo que sea pasajero como las otras veces. Antes era más de nicho y ahora hay cada vez más. Va a haber tanta variedad que se va a aplanar. Ahora la moda es Twitch, que en cierta forma está reemplazando al podcast. Twitch es especial por los consumidores. Pero al haber cada vez más variedad, se está pareciendo todo, va a haber, pero la calidad va a bajar.

¿Y qué sentís de los podcasts llamados mesa redonda, los que son hechos por amigos y hablan de forma descontracturada?

Siento como el meme de George Harrison en Los Simpsons de “eso ya se ha visto”. Hace poco salió un podcast de Star Wars que es igual a *Podawans*, pero no podemos decir nada porque no somos los inventores, pero que lo hagan más disimuladamente. Uno de los integrantes hizo podcasts en Lunfa, sacó su propio podcast y es calcado a lo que hacía. Deberíamos tener un mínimo reconocimiento. No sé si fuimos unos incomprensidos o adelantados que no nos salió o fuimos unos giles porque tendríamos que haber hecho algo y no lo hicimos.

9.1.2 Fiorella Sargenti, conductora del podcast *Hoy Trasnoche*

¿Cómo nace la idea de hacer *Hoy Trasnoche*?

En un momento, ya con varios años de trabajar en radio, me di cuenta que había que buscar otro espacio para poder hablar de cine con más tiempo y a un público más específico. Ya estaba haciendo varios podcasts y no trabajaba más con Calo (Santiago Calori), que es y ya era uno de mis mejores amigos, así que todo parecía naturalmente dado. No sólo compartimos el gusto por el cine y determinado tipo de cine sino también el humor y una especie de universo, así que se lo planteé a él y a Posta. El resto ya lo saben.

¿Trabajan más personas además de los conductores? (Productor, guionista)

Hoy Trasnoche somos Calo y yo, no hay producción. Luciano Banchemo vendría a ser como una especie de productor ejecutivo, ponele o manager o no sé, como director de Posta y sería la tercera pata. La cuarta sería Nacho Ugarteche, nuestro editor. Él corta la tos que puede interrumpir, pone la música y todas esas magias.

¿Perciben una remuneración por hacer el podcast?

Solo cuando hay sponsors, por ahora.

¿Cuál es el criterio a la hora de elegir las películas a comentar?

Es muy relajadísimo y casual, más o menos sabemos cuáles son “muy *Hoy Trasnoche*” y lo vamos comentando, a veces con semanas de anticipación, a veces más sobre la hora. Cada tanto no estamos de acuerdo, pero es raro. En otras ocasiones ni hace falta aclarar cuál va a ser.

¿Por qué a veces se eligen películas estrenadas por *streaming*?

No nos limitamos a la grilla de estrenos comerciales porque no estamos de acuerdo en cómo se maneja y nos limitaría muchísimo. No creemos que el cine tenga que ver exclusivamente con la experiencia en sala.

¿Por qué no comentan las películas más taquilleras (los grandes tanques)?

Porque en general no nos divierte o parece enriquecedor, además ya hay demasiado barullo alrededor.

Para hablar de cine, ¿en el podcast hay más libertad que en la radio?

Sí, claro, no porque haya censura real de algún tipo, es por una mezcla de factores. El primero es el tiempo. Después la chance de hablarle directamente al segmento ya iniciado. Por último, cuestiones más autorre restrictivas tal vez como la incomodidad de que mañana haya nota con (Adrián) Suar, que al escucharte gente que tal vez no te elige particularmente te putee durante tres meses, etc.

¿Por qué el Instagram [@filmejuntoalpueblo](#) dejó de actualizarse?

Porque yo no sé diseñar fotitos lindas y pensaba que arruinaba la estética de la cuenta, es gracioso pero es real.

¿Qué determina el inicio y final de una temporada del podcast?

Lo que nos parezca en ese momento, no tenemos reglas. Solemos terminar a fines de diciembre y retomar en febrero, creo, pero ya dejamos de contar temporadas sólo seguimos haciéndolo hasta las fiestas para lo mejor del año, volvemos para los premios Oscar y en el medio no paramos, salvo alguna semana que no podamos grabar por algo.

9.1.3 Crítico y Cítrico – Podcaster de *Krakozhia Podcast*

¿Cómo nace la idea de hacer *Krakozhia Podcast*?

La idea de hacer *Krakozhia* nace a partir de Lucas (Rodríguez) que tenía ganas que hablemos de cine, así como hablamos siempre, pero hacerlo en público. Teníamos muy buenas conversaciones de cine y sumamos a Manuel. Y a partir de ahí surgió la idea de hacer un podcast de análisis de cine, teniendo en cuenta también cómo lo podíamos llegar a hacer para que efectivamente termine siendo algo accesible y no cerrado. Digamos, tener una estrategia para que pueda llegar a la gente y además que todo lo que vayamos a decir sea algo que no haya sido escuchado en otros lados, lo que significa que teníamos que escuchar otros podcasts, teníamos que leer críticas y demás, cosas que ya hacíamos, pero nada de eso mencionarlo en el podcast, salvo que eso sirva para expandir una idea y, obviamente, se cita a la persona que expuso esa idea previamente.

¿Trabajan más personas además de los conductores? (Guion, producción, edición).

No. Sí está EneEquis, es quien se encarga de hacer los flyers, y de la edición se encarga Juan Manuel Álvarez Branda, integrante del equipo. Básicamente de todo nos encargamos los cuatro, tanto en producción y alguna que otra idea que tengamos.

¿Perciben una remuneración por hacer el podcast?

No.

¿Cuál es el criterio a la hora de elegir las películas a analizar?

El criterio es en base a las películas que queremos hablar, de las que nos parece interesante hablar, de las que nos parece que hay para hablar un buen rato. Películas que nos gustan también. Y después hacemos lo que nos parece, hay completa libertad. Sí tratamos de no repetir tan seguido los géneros. O sea, si hacemos una (película) de terror, tratamos de esperar tres capítulos aunque sea para volver a hablar de una de terror. A veces no lo respetamos. Pero intentamos, dentro de todo, ir variando en cuanto a los géneros. Pero hablamos de las películas que más nos gustaron y que más nos interesa hablar. No hay mucha discusión en cuanto a qué episodio, porque siempre suelen ser películas que ya vimos o que decimos “che tengo muchas ganas de hablar de esta”, cada uno la va viendo y ahí se preparan los

episodios que, por lo general, ya se vienen pensando de antemano y después llega el momento del episodio.

¿Por qué a veces se eligen películas estrenadas por *streaming*?

¿Estrenadas por *streaming*? No se me ocurre alguna ahora, puede ser *El irlandés* (Martin Scorsese, 2019), pero tuvo su paso limitado por cines. No elegimos muchas que se hayan estrenado por *streaming*, salvo que estemos hablando de una pandemia. Hablamos de *Host* (Rob Savage, 2020), pero no le dedicamos un episodio entero, fueron 20 minutos. *Diamantes en bruto* (Benny Safdie y Josh Safdie, 2019) puede ser, pero en Estados Unidos se estrenó en cines y acá en *streaming* porque la agarró Netflix y la distribuyó. Pero eso no nos cambia demasiado. Por lo general, no nos interesan las películas estrenadas solo por *streaming* porque, en general las películas estrenadas por *streaming*, responden más a la televisión que al cine. Pero bueno, hay excepciones a la regla y si nos parece que esa película tiene las condiciones para hacer un episodio de *Krakozhia*, no tenemos problema en hablarla.

Sí, lo decía por *El irlandés* y *Diamantes en bruto* pero también hubo películas como *Aniquilación* que acá no se estrenó y llegó por Netflix o *Mandy* que se estrenó en el Festival de Mar del Plata y no tuvo un estreno comercial acá. La pregunta es a la diferenciación entre la experiencia del cine en sala y el cine por *streaming*.

Sí, son experiencias distintas. La respuesta está ahí arriba de la mesa, se contesta sola. Porque es abismal la diferencia entre ver en casa y ver en pantalla grande.

¿Por qué no hay lugar para películas “grandes” como las de Marvel, Star Wars o de la saga de Rápido y Furioso?

Es discutible, porque depende de a qué llamamos grandes. Hemos hecho episodios de *Logan* (James Mangold, 2017), de *Ready Player One: Comienza el juego* (Steven Spielberg, 2018), que entran dentro del parámetro de película grande, de *Rocky* (John G. Avildsen, 1976) que es del 70 pero es una película grande, súper popular. Por lo general, hacemos de películas populares y universales. Habrá alguna que otra de (Michelangelo) Antonioni... pero en general son películas populares, universales, después si costaron 200 ó 250 millones de dólares eso ya no nos interesa, es un tema económico que no forma parte de la película en sí. Pero todas las películas que hablamos, *9 reinas* (Fabián Bielinsky, 2000), *Relatos Salvajes* (Damián Szifron, 2014), son películas megarecontra universales, habrá alguna que otra que puede tener otro ritmo, pero son películas que puede entender cualquiera. Entonces no hay ninguna

limitación en cuanto a eso. Sí puede ser en algunas películas que vos mencionas, al menos de esos tres ejemplos, no nos interesa tanto. *Rápido y Furioso* (Rob Cohen, 2001) no nos parece que tenga nada, es una película vacía. *La guerra de las galaxias* (George Lucas, 1977) ya está demasiado hablada, ni tampoco creemos que tenemos demasiado para aportar de todo lo que ya se ha dicho. Y de las películas de Marvel ya nos hemos expresado en reiteradas veces, y son películas que están más cercanas a la televisión que al cine y nosotros hacemos episodios de películas que sean cinematográficas, que respondan a ese lenguaje y las de Marvel consideramos que se alejan bastante de eso. Por eso no les dedicamos episodios, pero no tiene que ver con que tengan mucho alcance, se haya gastado mucha plata o algo por el estilo, sino por lo que vemos en la película, no por el alcance que pueda tener la película.

En realidad, no me refería tanto a lo presupuestario, sino a que son películas que marcan la agenda. Cada vez que se estrenan, todos los medios están hablando de ellas y eso en los podcasts quizás cambia. Muchas veces la crítica elige no tenerlas en cuenta porque son muy comerciales y no tienen una marca de autor. Hay como una división entre cine comercial y cine arte.

Claro, entiendo a lo que vas, pero no, no hacemos esa separación entre cine arte y entretenimiento, me parece ridícula.

¿Tuvieron ofertas para hacer el podcast en alguna productora?

Sí, hemos tenido ofertas para hacerlo en una especie de conglomerado de podcasts, que no puedo mencionar cuál es. Y nos pidieron cosas que nosotros no podíamos negociar. Básicamente, nos pedían que el podcast durara una hora. Nosotros podemos encontrarle la vuelta, hicimos los *Krakozeria* de verano que más o menos duran una hora, pero somos dos personas hablando de una película, nos limita demasiado hacer todos los episodios. No puedes hablar una hora de *El irlandés* (Martin Scorsese, 2019). Hay películas de las que realmente queda muy corto y un análisis hecho y derecho que intentamos hacer nosotros requiere de tiempo, porque se necesita tiempo para explicar ciertas cosas y para que se entienda. Porque sino, podemos decir todas las cosas que queremos decir, pero no las va a entender nadie y no nos gusta esa limitación. Y no nos la daban. Entonces, al final nos pareció que era más importante mantener eso a priorizar lo económico por sobre la longitud o el estilo del podcast. En realidad, el estilo no estaba en discusión, pero uno nunca sabe, al principio no estaba en discusión pero después cuando estás ahí, qué se yo.

¿Reciben comentarios (críticas, elogios) por la duración del podcast?

Tenemos la suerte de recibir bastantes elogios. No estoy siendo autoelogioso con esto, sino que los recibimos, está ahí a la vista en cada tuit de cada película de la que hacemos episodio. Y con la duración, el oyente sabe lo que ofrecemos, es fiel, nos viene escuchando desde hace tiempo y los episodios más escuchados de nuestro podcast responden a duraciones mayores a tres horas, entonces, no hay ningún problema con la duración de los episodios.

¿Cuál es el objetivo de *Krakozhia* como podcast?

El objetivo es despertar la mirada, cambiar la mirada. Esto no es hablado, pero es lo que más o menos pensamos en común. Que el oyente pueda cambiar la mirada y, que esas herramientas que uno le brinda, las pueda utilizar para lo que sea. Que arranque en el cine y que termine en otras artes, en la vida, en lo que sea. Pero básicamente eso, cambiar la mirada, que es dar las herramientas para que cada uno después pueda aplicarlo viendo la película que sea.

¿Por qué no revelas tu nombre?

Porque arranqué con seudónimo y me mantendré con seudónimo hasta que tenga una urgencia económica. Porque yo podría vender todo lo que hago por fuera del podcast con este seudónimo y me iría bien, tampoco sería millonario, pero tendría más cabida. Y no lo hago porque arranqué de esta manera y ahora me da cosa cambiar porque siento que hay una fidelidad, como un contrato, pero es más personal. Siento que hay un contrato con el lector o con quien esté del otro lado que ya acepta esta regla y la estaría rompiendo. Sé que nadie vendría decirme “rompiste esta regla” y es más un mambo mío, pero yo lo siento así y por ahora lo sigo sintiendo así. Obviamente, si tengo esa urgencia económica y tengo que difundir lo que hago por fuera lo que hago en mi cuenta de Twitter, ese día lo haré y tampoco es algo que me comprometa ni nada por el estilo. Por el momento, no lo veo necesario. Pero mañana veremos, capaz me da el impulso, pero hoy no.

9.2 RELEVAMIENTOS

9.2.1 Podcasts de cine (relevamiento al mes de abril de 2021)

NOMBRE DEL PODCAST	PRODUCTORA
.avi	Independiente
3 angry men	Independiente
6 grados entre películas	Independiente
Abideando Podcast	Abideando
Animación suspendida	El Lado G
Apesta	Posta
Así empecé en el cine	Independiente
Balance negativo	Independiente
Bantha radio	Independiente
Bastardos	Todas las críticas
Batcast	Chak Podcast
Beyond films and games	Independiente
Bichas & cine	Independiente
Bostapocalipsis	Independiente
Budines	Independiente
Cassette Concert 80s & 90s	Independiente
Cine bien	Independiente
Cine con McFly	Independiente
Cinectomía	Independiente
Cinefiloz	Independiente
Cinema parásito	Independiente
Cinerds	Independiente
Cómo robar el podcast	Chak Podcast
Condensador de flujo	Independiente
Corte!	Independiente
Cosmópodis	Independiente
Cuatrox	Independiente
De fábula podcast!	Independiente
Demasiado Cine!	Lunfa
Depalvation	Independiente
Desde abajo	Independiente
Echados viendo tele	Independiente
El altillo podcast	Independiente
El camino del héroe	Sos héroe
El club de las cinco	Independiente
El cornetín de Góndor	Independiente
El otro nido	Independiente
El salón audiovisual de Francis Pou	Independiente
El séptimo podcast	Independiente
El séquito	Independiente
Ene roja	Independiente

Era nuestro planeta	Independiente
Es una trampa	Posta
Estamos de cine	Independiente
Esto no es un spoiler	Independiente
Etcétera	Independiente
Final alternativo	Independiente
Funny Haha	Independiente
Gamehell	Independiente
Gorda Podcast	Posta
Gordo Podcast	Posta
Gordos de tanto pop	Appleboy
Great Scott!! Podcast	Independiente
Hablando a 24 frames	Independiente
Hablemos de doblaje	Independiente
Hasta las manos	Independiente
Hey Mando Podcast	Independiente
Hijos de Obdulio	Independiente
Hypeados	Independiente
Hypeados Kingcast	Independiente
Hypeados Oriente Express	Independiente
Intereses conectados	Independiente
Krakozeria Podcast	Independiente
La gorra podcast	Independiente
La naranja	Sinestesia
La pochoclera	Independiente
La sección Pirulo	Independiente
La tribuna de Kafka	Independiente
Laberinto video club	Independiente
Lettera 22	Posta
Like a voz	Independiente
Lleno de dudas	Independiente
Lo que faltan son financistas	Termo
Locademia Jedi	Chak Podcast
Los amigos de la lámpara	Independiente
Los drugos podcast	Independiente
Los nerds heredarán la tierra	Independiente
Luz, cámara, podcast	Independiente
Magazine McFly	Independiente
Martes de pochoclo	Independiente
Marvelmania	Chak Podcast
Medianoche en Maine	Martes ataca
Mesa Redonda	Independiente
Mi RCT	Independiente
Mr Fusión	Independiente
Mundo Geek con Los Monjes Fantásticos	Independiente

Nada mejor que hacer	Independiente
Nerd Attack	Independiente
Nerdistas	Independiente
Netflix a la carta	Independiente
Ni idea	Independiente
Perdidas: los archivos secretos	Independiente
Pinjed	Independiente
Pochoclo extremo	Independiente
Podcast Shampoo	Abideando
Ponle play!	Independiente
Por favor, cállenos	Independiente
Por las barbas de Chewie	Independiente
Puerco cósmico	Independiente
Que vengan los que quieran	Independiente
Quémese después de escuchar	Independiente
Radio del merodeador	Independiente
Rebeldes en la cantina	Independiente
Rigor y criterio	Independiente
Roboto Crime	Independiente
Rompiendo la pantalla	Independiente
Saldo negativo	Independiente
Scream Queens	Independiente
Sector 01	Independiente
Seriólogos	Independiente
Sivify	Orvicast
Sonido mono, según Darwin	Independiente
Spin-Off	Independiente
Spumoni Cine	Independiente
Stalkers Podcast	Independiente
Star Wars con amigos	Independiente
Super Hero Time	Independiente
Tal vez me recuerden	Radio de Babel
Te cuento a gotas	Independiente
Te lo transmito así nomás	Independiente
Tierra negra	Independiente
Todo de zombie	Independiente
Toma 5	Revista Toma 5
Una película de	Martes ataca
Varieté	Independiente
Vino en podcast	Independiente

9.2.2 Podcasts de cine publicados en Spotify (relevamiento al mes de mayo de 2021)

NOMBRE DEL PODCAST	PRODUCTORA
El camino del héroe	Sos héroe
Cinefilia ninja	Congo
El séptimo podcast	Independiente
Era chino	Independiente
Frame fatale	Independiente
Hablemos de series y películas	Spotify
Hasta la vista	Independiente
Hoy Trasnoche	Posta
Krakozeria Podcast	Independiente
La industria	Independiente
Los jóvenes viejos	Independiente
Marvel con ellas	Independiente
Más allá del cine	Independiente
MUBI Podcast: Encuentros	MUBI
Pizza, birra, Marvel	Independiente
Podcast 9 3/4	Independiente
Potterless	Independiente
Quémese después de escuchar	Independiente
Sucesos argentinos	Punto Cero
Un invento sin futuro	Infobae

9.2.3 Programas radiales dedicados exclusivamente al cine (relevamiento al mes de diciembre de 2020)

Programa	Radio	Emisión	Intereses
Manivela	Radio Nacional	Sábados de 4 a 5	Cine argentino y latinoamericano
La autopista del sur	AM 750	Sábados de 19 a 21	Cine mundial
Cine argentino	CNN Radio	Sábados de 17 a 19	Cine argentino

9.2.4 Programas radiales que incluyen secciones temáticas dedicadas al cine (relevamiento al mes de diciembre de 2020)

Programa	Radio	Emisión	Intereses
Sensacional éxito	Metro	Lunes a viernes de 22 a 24	Cultura pop
Orden 67	Metro	Lunes a jueves de 00 a 02	Cultura pop
Malditos nerds	Vorterix	Lunes a viernes 20 a 22	Juegos, cine, series y cultura pop
Cultura pop	Pop	Lunes a viernes de 22 a 24	Cine, series y cultura pop
Agarrate Catalina	La Once Diez	Sábados de 12 a 14	Agenda, entrevistas y revistas
Preferiría no hacerlo	La Once Diez	Lunes a jueves de 22 a 24	Música, cine, libros, humor