

Trabajo integrador final
Especialización en Edición
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Título del trabajo: La edición en revistas de cine

Alumno: Prof. Marcos Ariel Bruzzoni

Director: Prof. Dr. Federico Gerhardt

Eje del trabajo: Investigación

Índice

Introducción	2
Objetivos del trabajo	5
Marco teórico y metodología	6
Desarrollo	10
<i>Cine</i>	10
<i>OtrosCines</i>	31
Francisco Madrid	40
Conclusiones	45
Bibliografía	51

Introducción

Desde los inicios del libro existen actividades ligadas al trabajo editorial: se selecciona, reescribe, lee, interpreta y se vuelve a escribir, se construye el producto, se publica, difunde y distribuye, se administran aquellos recursos que se han obtenido y se piensa en un nuevo proyecto. Un proceso similar tiene lugar en el cine: se edita, se elige dónde poner la cámara, qué se muestra y qué no, cómo se muestra y de qué modo se monta un film, se piensa en qué festivales presentar determinada película y con qué distribuidora, se elige el momento del estreno –que puede ser en temporada de premios o fuera de ella–, se gestan grandes campañas de *marketing*, y se analizan los resultados de taquilla y *streaming* para luego aventurarse en una nueva propuesta cinematográfica. En ambos campos tiene lugar un trabajo de edición respecto al producto que se busca construir; y si bien podemos pensarlas como industrias disímiles, las coincidencias entre ellas son numerosas. Acerca de estos solapamientos, de estos puntos en común entre la industria editorial y la cinematográfica se hablará en el presente Trabajo Integrador Final (TIF).

Conviene ahora ser algo más específicos y abordar los proyectos editoriales que se estudiarán. Nos referimos al periódico quincenal *Cine* (1942-1943) y al portal digital *OtrosCines* (2007-actualidad).

Cine fue un quincenario a cargo de Francisco Madrid y Manuel Peña Rodríguez, proyecto pionero de la industria editorial nacional dado que se constituye como una de las primeras publicaciones periódicas abocadas enteramente al cine. En él se publicaron reseñas, estudios sobre la realidad del cine en Argentina y el exterior, entrevistas a destacados cineastas, noticias de la cinematografía rioplatense e información sobre la industria cinematográfica, entre otros artículos. Esta publicación nucleó a buena parte de las figuras más relevantes del cine nacional de la época, dado que cineastas como Mario Soffici, Carlos Borcosque, Francisco Mugica, Alberto de Zavalía y muchos otros firmaron textos publicados en *Cine*. Este periódico se convirtió, pese a no gozar de una vida prolongada, en una fuente documental destacada para analizar la edad de oro del cine clásico argentino.

Como contrapartida se analizará *OtrosCines* (cuyo dominio es <https://otroscines.com/>), portal digital dirigido por el periodista argentino Diego Batlle, el cual, con origen en 2007,

continúa en actividad y cuenta con reconocidos críticos entre sus firmas (Sergio Wolf, Diego Lerer, Ezequiel Boetti, Violeta Kovacsics, entre otros). Coincide con *Cine* en tener al campo de la cinematografía en general, y del cine nacional en particular, como objeto de sus artículos, entrevistas, análisis, críticas, etc. Se distingue de *Cine*, más allá por supuesto del salto temporal, en lo que refiere al formato, materialidad, modo de financiación, entre otros aspectos.

Estos puntos en común y diferencias serán abordados con mayor detalle en el desarrollo del presente trabajo. Nos centraremos en la labor editorial que tiene lugar en estas dos publicaciones periódicas dedicadas a la cinematografía, haciendo hincapié en la producción de textos relativos a la industria del cine nacional, cómo estos proyectos editoriales se desarrollaron en contextos socioculturales disímiles y las decisiones editoriales que tomaron los responsables para construir la identidad de cada una de ellas.

Es importante destacar que ambas publicaciones inician su actividad en periodos cruciales de la industria cinematográfica nacional: *Cine* aparece en la edad de oro de la cinematografía argentina, momento en el que incluso llega a competir con Hollywood y el cine europeo (Rivera, 1998; Madrid, 1945); y el lanzamiento de *OtrosCines* tiene lugar justo después del cierre del periodo denominado del “Nuevo Cine Argentino” (Campero, 2009).

A partir de esos dos ejes, se analizará, en primer término, cómo se dan los procesos editoriales que han tenido lugar en las mencionadas publicaciones. En este sentido se tomarán como referencia los primeros números de *Cine* y las declaraciones de principios y la actividad reciente de *OtrosCines*, es decir los textos programáticos de ambas producciones. Allí es donde se vuelcan las intenciones de cada publicación, cuáles son las ideas que guían a las revistas, el público al que apuntan, qué es lo que buscan trabajar con relación al cine y el lugar que ocupará el cine nacional en cada proyecto.

A partir de ese material, se analizarán ambas publicaciones en su totalidad. Se prestará atención a las decisiones editoriales que dieron forma a cada publicación, llevando adelante un análisis comparativo respecto al modo en que tanto el periódico como el portal trabajan la cinematografía. Se reconstruirá la mirada que ambas publicaciones tienen sobre el cine nacional, su público, los modos en que abordan al objeto cine y sobre ellas mismas como

proyectos editoriales en el contexto en el que desarrollaron sus actividades (*OtrosCines*, como se mencionó, continúa produciendo).

Por otra parte, se analizará la posición respecto al cine nacional como industria cultural que surge de los artículos publicados, se estudiará quiénes los firman y la relación que estos autores tienen con el mercado editorial y cinematográfico de cada época. Para ello se ha recurrido a bibliografía pertinente y actualizada sobre estos temas, buscando entender las decisiones escriturales, desde la perspectiva editorial, que toman las publicaciones.

La finalidad del mencionado análisis será establecer el modo en que tuvieron lugar los procesos editoriales de revistas sobre el séptimo arte en sus inicios y cómo se edita en la actualidad.

Objetivos del trabajo

Tal como se mencionó previamente, el objetivo general de este trabajo es analizar y comparar los procesos editoriales que tienen lugar en dos publicaciones argentinas dedicadas a la cinematografía: *Cine* y *OtrosCines*.

A su vez, entre los objetivos específicos podemos listar:

- Estudiar los artículos programáticos de *Cine* y las notas editoriales de *OtrosCines* en los que se da cuenta del perfil de la revista y el portal, realizando análisis comparativos y haciendo hincapié en las decisiones editoriales llevadas adelante por cada publicación.
- Analizar los vínculos entre autores y el equipo editorial de cada publicación para comprender el proceso de edición.
- Estudiar la relación entre quienes participan en las publicaciones y la industria cinematográfica de cada época a partir de bibliografía específica.
- Comparar la materialidad de cada proyecto (impreso uno, digital el otro) y reflexionar acerca de las oportunidades/límites que conlleva cada formato.
- Abordar las decisiones editoriales de cada proyecto respecto a temas como financiación, administración de recursos humanos, textos a publicar, entre otros.

Por último, es importante señalar otro objetivo del presente trabajo. Una de las publicaciones, *Cine*, ha tenido un abordaje casi nulo, algo particularmente extraño teniendo en cuenta que se trata de uno de los primeros proyectos nacionales dedicado enteramente a la cinematografía. Uno de los dos responsables de esa publicación, Francisco “Paco” Madrid, fue un español republicano exiliado en Argentina con motivo de la Guerra Civil Española. La figura de Madrid, hasta hace poco escasamente abordada, está comenzando a despertar interés y su hija, Nuria, es quien ha puesto gentilmente a nuestra disposición valioso material del archivo de su padre. Un breve apartado del presente TIF buscará hacer memoria y destacar la figura e importancia, tanto en el campo editorial como en el cinematográfico, de Paco Madrid, quien se viera forzado al exilio por el régimen franquista.

Marco teórico y metodología

Como hemos visto, el presente trabajo integrador final se propone analizar los procesos editoriales de dos publicaciones periódicas dedicadas al cine. Esto supone, por un lado, la necesidad de establecer un marco teórico-metodológico que tome en cuenta tanto las características específicas del objeto cine como las particularidades de propias del campo de la edición. Por otro lado, debemos destacar la importancia del hecho de que ambas publicaciones pertenezcan a periodos temporales distantes, lo que implica tanto el desafío de analizar dos contextos socioculturales diferentes, como la riqueza que dicho análisis ofrece.

Es por ello que debe hacerse uso de una metodología comparativa para analizar las particularidades de las revistas y poner en relación ambos proyectos editoriales. En este sentido, coincidimos con Makón cuando afirma que “comparar permite [...] identificar los elementos comunes, las regularidades de distintos casos (o bien sus diferencias) y de esta forma alcanzar explicaciones más comprensivas de fenómenos pasados o presentes” (2004, p. 4). Poner en relación los proyectos editoriales a trabajar nos permitió establecer puntos de contacto entre ambas publicaciones, pese a su distancia temporal, dando como resultado la posibilidad de arribar a conclusiones que trascienden el marco de las propias revistas y pueden utilizarse como herramientas de análisis del amplio campo del cine y la edición. Esto es particularmente útil teniendo en cuenta que el material sobre metodología de la investigación centrado en la edición es escaso a razón de tratarse de un área de estudio de relativa juventud. Realizar un aporte a esta área de investigación es uno de los objetivos del TIF.

Para el abordaje de los aspectos socioculturales del trabajo de investigación propuesto, el marco metodológico procede de la teoría cultural de Raymond Williams (1994), de la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu (1995), y de la historia de la lectura y de la edición de Roger Chartier (2005). Asimismo, se consideraron los estudios sobre periodismo cultural de Jorge B. Rivera (2006).

En relación al estudio de los proyectos editoriales en sí, se ha tomado como referencia el trabajo de Rafael Osuna (2004) *Las revistas literarias. Un estudio introductorio* en el que se brindan herramientas para proceder al análisis de publicaciones periódicas.

Particularmente útiles han sido sus reflexiones sobre las estructuras visibles, todo aquello que podemos leer en *Cine* y *OtrosCines*, sus aspectos materiales, y las estructuras invisibles, aquello que no encontramos en las páginas de las publicaciones a estudiar y puede reconstruirse a través de testimonios, referencias y lo que las rodea.

Respecto al campo de la cinematografía se tomaron como referencia dos prestigiosos estudios sobre cine nacional, la tradicional historia de Domingo de Núbila (1959), quizás el crítico de cine más reconocido del país –quien por cierto publica en *Cine*–, y el pormenorizado trabajo de investigación llevado adelante por Ana Lusnich y Pablo Piedras (2009). A partir de ambos trabajos, a los que se añadió bibliografía actualizada sobre el tema, pudo establecerse el contexto socio-histórico de la industria cinematográfica nacional en cada época y, al mismo tiempo, de las publicaciones a analizar. Para estudiar los procesos editoriales tanto de *Cine* como de *OtrosCines* debía prestarse particular atención a las distintas realidades de la cinematografía sobre la que las publicaciones trabajan.

Pasando al ámbito de la edición, el presente trabajo estudia los modos en que cada una de las publicaciones analizadas abordó el cine argentino y las razones de dicho abordaje. Es importante entonces examinar qué decisiones editoriales se pusieron en juego en cada caso y qué roles desempeñaron los responsables de la edición de ambas publicaciones. Partiendo del clásico trabajo de Sharpe y Gunther (2005), se estudió cómo funcionan las distintas figuras de editor a partir de las declaraciones de principios de cada revista y del rol que los responsables cumplen tanto en las propias publicaciones como dentro del campo cultural de cada época. Para esto último, fue de particular utilidad el reconocido trabajo coordinado por José Luis De Diego sobre el campo editorial nacional y sus políticas editoriales (2014).

En este sentido entendemos, siguiendo a Kloss (en Villar, 2006, pp. 24-25), que existen tres perfiles de editor de acuerdo a sus funciones y la mirada que tiene sobre el material: a. política-cultural, b. empresarial-administrativa y c. técnica-organizativa. Estos ejes sirven de guía para analizar los procesos editoriales tanto al interior de las publicaciones como también respecto el contexto sociocultural que las rodea. Se abordan las razones de las tomas de decisiones que los responsables de *Cine* y *OtrosCines* llevan adelante teniendo en cuenta la materialidad de las publicaciones y, a su vez, la realidad de la industria cultural argentina en cada época.

Es importante destacar aquí la diferencia de formato entre ambas publicaciones: mientras que *Cine* es publicada en formato impreso en la edad de oro del mercado editorial nacional, el portal *OtrosCines* es hijo de su tiempo y da cuenta de su producción en formato digital. Los alcances y las limitaciones de cada formato son de particular interés para el presente TIF. A las citadas obras sobre la industria editorial en los 40 se sumará bibliografía actualizada y relevante sobre el periodismo y el cine en medios digitales (Alcalá, 2009; Bergero, 2013; Cebas, 2011; Garzón, 2019; López, 2011; etc.), material a partir del cual se esbozarán las hipótesis y conclusiones del estudio a realizar.

Cabe aclarar que en el presente trabajo no se lleva adelante un análisis lingüístico ni filológico sobre el texto, sino que se estudiarán ambos proyectos editoriales como una globalidad, tomando como referencias sus primeros números dado que allí se establece una línea de pensamiento en relación al cine y a las propias prácticas editoriales que luego se continuará. En este sentido han sido valiosas fuentes de información las entrevistas realizadas por el autor del TIF a Nuria Madrid, hija de Paco Madrid, y a Diego Batlle, fundador y actual director de *OtrosCines*.

Por otra parte, conviene abordar una cuestión referida al tipo de publicaciones que se analizan en este trabajo, esto es, revistas culturales. En primer lugar, coincidimos con Delgado cuando afirma que uno de los aspectos centrales de cualquier investigación sobre revistas o periódicos culturales es “atender a modalidades asociativas que ponen en primer plano las formas de publicidad, edición, circulación de la palabra impresa, la promoción de determinadas ideas, estéticas y figuras” (2014, p. 21); se destaca entonces la importancia de centrar la mirada tanto en las relaciones intelectuales y editoriales dentro de las propias publicaciones periódicas como hacia afuera. De este modo, podemos comenzar a tomar dimensión de la gran cantidad de variables que entran en juego a la hora de llevar adelante la edición de una publicación periódica cultural. Para llevar adelante una investigación sobre un objeto de estudio de estas características debemos poner atención tanto a los actores que desempeñan roles relevantes en los mencionados proyectos como a las figuras y hechos centrales del campo de la edición y el cine nacional en cada contexto sociocultural (Tarcus, 2020).

Finalmente, es pertinente destacar que para el abordaje de la figura de Francisco Madrid se han tomado como referencia algunos estudios claves para analizar las complejidades que

conlleva un tema como el exilio y las particularidades del trabajo de figuras del campo cultural exiliadas (principalmente, De Diego, 2000 y Gerhardt, 2019).

Tomando en cuenta los parámetros antes mencionados, procedemos ahora al desarrollo del trabajo.

Desarrollo

Cine



Logo de *Cine*.

Es bien sabido que a finales de los años 30 tiene lugar un enorme crecimiento de la prensa argentina, una de las causas de esta expansión fue la caída del mercado de la edición español a partir de la Guerra Civil (Espósito, 2010). Las consecuencias económicas del conflicto bélico, a las que se sumó la censura franquista, pusieron en jaque a la industria editorial española dando como resultado el crecimiento y consolidación de sus contrapartes argentina y mexicana (De Diego, 2014).

Esta “edad de oro” de la industria editorial argentina (Rivera, 1998) permite que en los años 40 tenga lugar la fundación de no solamente numerosas editoriales, casi todas ellas con gran participación de españoles, sino también de gran cantidad de revistas que contaron con la colaboración de muchos exiliados (Zuleta, 1991).

El número de publicaciones periódicas e iniciativas editoriales fundadas o promovidas por exiliados españoles en la Argentina es en verdad enorme¹. Una de estas publicaciones será el quincenario *Cine*, cuyo primer número se publica el 19 de junio de 1942 y el último, el n° 31, el 8 de octubre de 1943. Su director será el crítico y productor cinematográfico argentino Manuel Peña Rodríguez. Por su parte, el exiliado republicano Francisco Madrid será una suerte de factótum en el periódico haciendo las veces de editor, redactor,

¹Podemos comenzar a tomar dimensión de la vastedad de dicha producción recordando las cifras de las que da cuenta Josep M. Balcells en su libro sobre revistas catalanas fuera de España, Balcells listó 160 publicaciones, sólo en América, en las que participaron exiliados catalanes (Fernández, p.1). Estas cifras remiten únicamente a producciones catalanas, comunidad a la que pertenecía Paco Madrid, la influencia de los exiliados españoles en tu totalidad será aún mayor.

A su vez, en 1942, año en el que *Cine* comienza a publicarse, se contaban en la Argentina un total de 1.700 revistas, de las cuales más de 160 se identificaban como culturales (Carter, 1959, p.24).

entrevistador, traductor, entre otras actividades. Sobre Paco Madrid nos detendremos más adelante.



Portada del nº 24 de Cine, su primer aniversario.

Para introducirnos a Cine es pertinente hablar de su formato y materialidad. Se trata de un periódico de dimensiones grandes, el tradicional formato sábana, impreso en papel prensa. Esto pareciera decirnos algo acerca de la publicación y el modo en que se percibía a sí misma. Sabemos que el papel prensa es de escaso gramaje y calidad, y no está destinado

a perdurar en el tiempo a menos que se cuide el material con esmero. Lo que nos llevaría a considerar a *Cine* como un proyecto meramente pensado para el presente, para la lectura y el descarte, tal y como suele suceder con los periódicos, sin valor intrínseco que lo lleve a buscar sostenerse en el tiempo. Sin embargo, cuando analizamos la publicación, como haremos en breve, notamos que muchas de las notas, artículos, encuestas y entrevistas no eran meramente coyunturales, sino que hay una mirada abarcadora, detallada y sesuda sobre el cine, especialmente el argentino, que nos insta a pensar que tal vez estamos más cerca de una revista cultural que de un periódico centrado en el ahora, sin intención de trascender². Una respuesta simple y lógica la obtuvimos de boca de Nuria Madrid, hija de Francisco, y, al igual que su padre, exiliada española que llega al país con sólo tres años. Habiendo tenido la suerte de entrevistarla varias veces en su departamento a metros del Jardín botánico en Palermo, cabe destacar que su calidez, su impresionante memoria y lucidez serán parte importante del presente trabajo final. Al consultar a Nuria acerca de los motivos de la elección de un papel tan precario para imprimir un producto de verdadero valor, ella nos contestó que le había hecho la misma pregunta a su padre, y que la respuesta de Paco fue “no teníamos un peso” (Madrid, N. Comunicación personal). La respuesta es tan sencilla como clara. Si bien en el momento en que *Cine* se publica es la edad de oro de la industria cultural (Rivera, 1998), imprimir, pagar sueldos a redactores, traductores, maquetadores, distribuidores, etc., no pudo redundar en un gasto menor. Aquí el primer motivo, quizás el más fuerte, para la elección del papel y formato en el que publicar *Cine*. Esta primera y relevante decisión editorial, relacionada a la materialidad del periódico, fue tomada teniendo en cuenta los recursos de que disponían, factor ineludible a la hora de llevar adelante un proyecto editorial (Jornet, 2006, pp. 156-157). En una de las visitas hechas de Nuria Madrid ella puso a nuestra disposición los distintos números de *Cine* prolijamente encuadernados. Esto es una prueba clara de que Francisco Madrid estaba convencido del valor del proyecto editorial que llevaba adelante³. Un poco más adelante

² Es interesante poner en juego aquí la tesis que sostiene Sarlo (1992) respecto a la temporalidad de las revistas. La autora entiende que este tipo de publicaciones intervienen en el tiempo presente con el fin de modificarlo, van en busca de la escucha contemporánea, se alinean a ella y, de ser posible, intentan alterarla. Esto sucede en *Cine*, la publicación se interesa por el presente del cine y la crítica, y apuesta a jugar un papel allí. Pero, a su vez y como veremos, también hay una mirada que trasciende ese momento coyuntural, no todo está estrictamente anclado a la contemporaneidad y este es una de sus particularidades más interesantes.

³ Nuevamente aquí debemos agradecer la generosidad de Nuria quien nos permitió acceder a un material apenas deteriorado por el paso del tiempo y completamente legible. De los 31 números de *Cine*, sólo dos

nos referiremos al público lector apuntado por la publicación y al propósito de la misma, otras de las razones por las que el proyecto redunda en un periódico.

Conviene destacar ahora el hecho del innegable valor de *Cine* como producto editorial, lo que da cuenta de que hubiese sido por lo menos extraño que no se pensara como una publicación cultural destinada a perdurar. Por una parte, la idea de por sí es osada, ya que se trata de uno de los primeros proyectos editoriales enteramente dedicados a la cinematografía que se publican en Argentina. Por otra parte, las firmas con que cuenta eran de gran prestigio para la época y el tiempo, a su vez, les otorgará aún más lustre.

Hemos mencionado que el contenido no es meramente informativo, no se trata sólo de un periódico de actualidad. Sin embargo, se imprime en papel prensa y su costo era de unos escasos 10 centavos de peso⁴. También hablamos de la financiación como uno de los problemas principales que llevó a la elección de un material casi descartable para su impresión. Esto nos lleva a realizarnos dos preguntas, la primera tiene que ver con el porqué de elegir un precio de venta relativamente bajo para *Cine* y la segunda se relaciona con la escasa publicidad con que cuenta el diario. Las respuestas a estas cuestiones podemos empezar a esbozarlas a partir de cómo se autodefine *Cine*, los propósitos que guían la publicación y el público al que apuntan. Nos detendremos ahora en estos puntos.

Ya en el primer número encontramos una definición clara, la transcribimos a continuación:

CINE no va en busca del público. Prefiere que sea el público quien vaya en su busca. Por esta razón en este diario no habrá ni campañas violentas, ni críticas acerbas, ni artículos populacheros, ni concesiones de ninguna clase. CINE es una hoja profesional. (“Altavoz”, *Cine* 19/06/1942, p.2)

estaban ausentes (el 28 y el 29). El presente trabajo es la primera aproximación detallada a un material de enorme valor documental.

⁴ Entre 1942 y 1943, la relación peso-dólar era aproximadamente: 1U\$S (un dólar estadounidense) = 4\$ (cuatro pesos argentinos). Fuente: https://www.clarin.com/opinion/1943-dolar-valia-4-pesos_0_RiItW-Nu.html y <https://www.billetesargentinos.com.ar/articulos/cotizacion.htm>

Por otra parte, un dólar estadounidense de 1943 equivaldría a diecisiete dólares en la actualidad. Fuente: calculadora de inflación en EE.UU. <https://www.usinflationcalculator.com/>

Como referencias del valor de las publicaciones periódicas en la época, podemos mencionar a la revista literaria *De Mar a Mar* (1942-1943) cuyo valor era de un peso con cincuenta (Gerhardt, 2017, p.136). El diario *La Nación*, por su parte, costaba un peso en 1942. Es decir, estas últimas dos publicaciones mencionadas tenían un precio notoriamente mayor al de *Cine*, si bien no replicaban su formato exactamente.

Varios puntos son de interés en esta declaración. En primera instancia, cabe mencionar el sentido en principio anticomercial con que *Cine* sale a la calle, no irá atrás del público. Ahora bien, esta podría ser una estrategia comercial con la finalidad de atraer a un público lector en particular, invitándolo a formar parte de una comunidad que pretende distinguirse de los consumidores de contenido de menor prestigio. En esta misma línea funcionaría la afirmación que descarta artículos “populacheros”⁵. En segunda instancia, entonces, *Cine* pareciera querer definirse no por lo que es, sino por lo que lo *no* será. No habrá lugar en sus páginas para ninguno de los recursos periodísticos que podríamos pensar como amarillistas, rumores sin chequear, noticias banales sobre celebridades, titulares estridentes de escaso contenido, etc. Empieza a configurar desde el inicio a un público lector dueño de cierto capital cultural, delimitando o *distinguiendo* la demografía a la que apunta. En este sentido, *Cine* es una “hoja profesional”, haciendo clara referencia a su naturaleza como publicación periódica y, al mismo tiempo, como un proyecto de expertos, de especialistas en aquellos temas que atañen a la cinematografía. En esta misma línea, conviene destacar que en los diversos números *Cine* se autodefine como “periódico de cinematografía”:



Imagen tomada del primer número, presente en los restantes.

Hay un tono casi jactancioso en la declaración citada más arriba. Podríamos decir que *Cine* siente orgullo de escaparle al mercado y de ofrecer un producto erudito, bien

⁵ Es importante resaltar que estas afirmaciones de *Cine* no buscan desmerecer al público, más bien apuntan al interés por ofrecer artículos sobre cine profesionales. Los éxitos cinematográficos, las películas que llenan de espectadores las salas serán celebradas y muchos de los cineastas responsables de esos éxitos escribirán o serán entrevistados en *Cine*.

desarrollado; en esta misma línea, parece ser un propósito deliberado y no mera casualidad el no atender a las reglas, las decisiones que deben tomarse para dar con un proyecto lucrativo según mercado el editorial.

Esta misma línea es la que puede percibirse a partir del modo en que se suelen titular notas, artículos y entrevistas. Predomina el carácter descriptivo buscando evitar una subjetividad muy marcada; subjetividad que, claro está, se hará presente en críticas y análisis, pero siempre sostenida por una argumentación sólida y manifestando una invitación al diálogo, como veremos más adelante.

En este sentido, es pertinente realizar aquí una mención a la apuesta estética del periódico. A lo largo de sus 31 números, prima en *Cine* un estilo que busca, por un lado, la legibilidad y la claridad. Más arriba hemos incluido la portada del n° 24 de la publicación. A simple vista, podemos ver allí una organización metódica: una columna a la derecha con un pequeño editorial alusivo al aniversario de *Cine*, en el cuerpo central un artículo del guionista Alfredo de la Guardia, más abajo una breve nota de color sobre los motivos que le impidieron al director norteamericano Orson Wells alistarse en el ejército y a la derecha fotos ilustrativas⁶. Esta organización macro, es decir, cierta cantidad de texto en columnas y recuadros con fotografías que remiten a esas notas, se replica a lo largo de todas las tapas del periódico. Por otro lado, las portadas buscan generar atractivo, definitivamente hay una apuesta visual pensada para despertar el interés del lector. Podemos ver en ellas diversas tipografías, uso de tanto de la imprenta como de la manuscrita en titulares, negritas e itálicas, inclusión de pequeñas ilustraciones, distribución original de fotografías y textos, un novedoso uso de recuadros por fuera de caja, etc. Entonces, podemos arribar a la conclusión de que desde las tapas mismas *Cine* apunta a ofrecer a sus lectores información ordenada y clara respecto a la cinematografía sin dejar de cuidar el modo en que su público accederá a ella.

Al analizar el periódico en su totalidad, podemos percibir que los mismos preceptos sostenidos para el diseño de tapa se dan lugar en sus páginas interiores. Nos referimos a la combinación entre una importante cantidad de información referida a la cinematografía y

⁶ En la parte inferior de esta portada, en un pequeño recuadro, se lista algunos de los colaboradores de *Cine* durante su primer año. Estos nombres (en artículos originales o traducciones) sirven para dar cuenta del peso de las firmas que publican en *Cine*: Francisco Ayala, Bertold Brecht, Alejandro Casona, Walt Disney, Harpo Marx, Ernesto Sábato, Paul Valery, etc.

todo lo ateniendo a esa industria, y una disposición flexible, atractiva, de texto, fotografías, ilustraciones y cuadros. Cabe aclarar que hay una lógica que guía la presentación de las notas, esto es, hay secciones que tendrán una ubicación relativamente fija en el periódico; pero, a su vez, la caja, tanto de tapa como interior, se permite libertades que hacen que cada número tenga una identidad visual propia.

Es relevante mencionar aquí la ausencia de publicidad en todas las portadas, en ningún número observaremos un anuncio en primera página⁷. Este no es un dato menor, da cuenta de una clara decisión editorial de relegar a un segundo plano a aquello que en buena medida sustenta financieramente la publicación. Sin embargo, las tapas reflejan solamente fotografías, ilustraciones e información referida exclusivamente al séptimo arte, no se filtra aquí nada más⁸. La publicidad, claro está, se desplegará en el interior del periódico. Esto refuerza la afirmación de que *Cine* se construye a sí mismo como un proyecto editorial que no tiene al mercado, al éxito comercial como norte, sino a la propia cinematografía.

Algunas declaraciones en el número 2 siguen estas ideas. Allí se menciona que el primer ejemplar del periódico se agotó en horas, lo que daría cuenta de que algo de razón tenían al afirmar que no va “en busca del público”, prefiriendo que sea este “quien vaya en su busca”. A continuación, se incluyen algunas consultas que, según sostienen desde *Cine*, les han hecho: “¿Por qué ha salido CINE en esa forma casi clandestina? ¿Por qué no se anunció su aparición?” a lo que responden “CINE salió a la luz, discretamente, porque le da rubor la excesiva publicidad. Y porque quienes lo redactan son humildes y orgullosos a la vez” (“Altavoz”, *Cine* 11/07/1942, p. 2). Sin dejar de tener en cuenta que estas afirmaciones las realiza la propia publicación, podemos notar que nuevamente se reitera la idea de que el proyecto esquivo la propaganda, lo que da a entender que hubo una decisión editorial de no convertir al lucro en uno de los principales motores de la publicación.

A lo largo de los siguientes números, *Cine* sostendrá esta concepción de sí como proyecto editorial que no tiene de guía al mercado, sino a la propia cinematografía, especialmente la nacional. Las declaraciones al respecto en el número 24, aquel en el que celebra su primer aniversario, son elocuentes respecto a su origen y conquistas; el periódico

⁷ Más adelante se analizará el uso y peso de la publicidad en *Cine*.

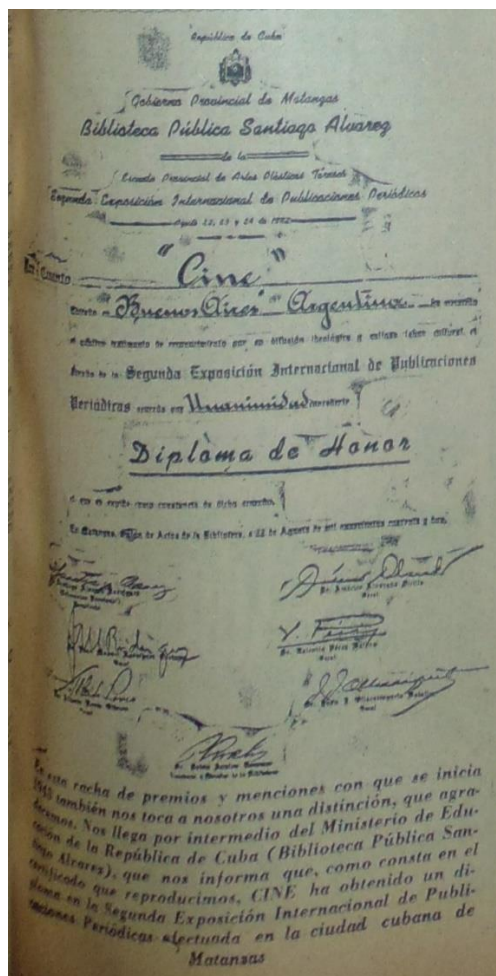
⁸ Lo mismo podría afirmarse de las contratapas. Analizados todos los números disponibles de *Cine*, solo pueden encontrarse anuncios en la página de cierre en menos de una decena. Y en todos estos casos, se trata de muy pequeños recuadros promocionando alguna película -como *Juvenilia* (1943)- o funciones especiales en teatros -por ejemplo, el Gran Rex-.

Surgido, inmune de apetencias comerciales en la mezquina acepción del término, de un deseo purificador y combativo, de una segura voluntad de juventud y definición frente a una cinematografía moza en edad [...] [ha logrado] congrega a su alrededor a todo cuanto hay de sano, limpio y valioso en la pantalla argentina. Lo que comenzó siendo, con personalidad periodística indiscutida, una noble manifestación aislada, se convirtió horas después de su salida a la calle, en el portavoz nacional de un arte moderno y múltiple. (“Cine cumple su primer aniversario”, *Cine* 18/06/1943, p. 1)

La citada declaración refuerza algunos de los puntos abordados previamente. Hay una clara apuesta al cine nacional, la cual se manifestará no sólo en análisis, reseñas y entrevistas a profesionales que desempeñan sus labores en la cinematografía argentina, sino también en el espacio que ocupa dicha industria en el periódico y en la difusión que *Cine* lleva delante de las películas nacionales.

Cierra la cita una afirmación que suena casi jactanciosa, aquella en la que se asumen como portavoces nacionales del cine. Cabe recordar aquí que *Cine* es un proyecto editorial pionero, hasta ese momento no se tienen noticias de revistas, diarios u otras publicaciones abocadas enteramente a la cinematografía –si bien, claro está, se escribían críticas y reseñas en periódicos y revistas–. A su vez, *Cine* tiene el mérito de nuclear en torno a sí a buena parte de la crítica especializada y a los mismos protagonistas de la cinematografía nacional.

El lugar destacado que en breve tiempo consigue hacerse *Cine* dentro del periodismo cultural de la época puede percibirse en las reiteradas citas elogiosas de diversos medios de comunicación que se incluyen en el periódico a lo largo de diversos números. Estas citas, claro está, son seleccionadas por la propia publicación y, por tanto, no debemos obviar el sesgo subjetivo que dicha selección conlleva. Por ello, consideramos pertinente incluir aquí un fragmento de la portada del número 14. En ella podemos ver el Diploma de Honor que el Ministerio de Educación de la República de Cuba le otorga a *Cine* en la Segunda exposición internacional de publicaciones periódicas realizada en agosto de 1942.



Diploma de Honor otorgado a *Cine*, nº 14, 15/01/1943

En esta misma línea es pertinente destacar que buena parte de los periodistas y críticos que publican en el periódico forman parte de la Sociedad de Críticos, Cronistas y Ensayistas de Cine de Argentina. En el nº 12 del periódico se lista la renovación de las autoridades de dicha sociedad, allí podemos encontrar a Manuel Agromayor como presidente; Enrique Wernicke como secretario; como vocales se desempeñarán Enrique Amorim, Alfredo de la Guardia, Hugo MacDougall, Manuel Peña Rodríguez y Francisco Madrid, todos ellos firman numerosas notas en *Cine* y, como hemos mencionado, Peña Rodríguez y Madrid son los responsables de la publicación.

Es importante mencionar aquí que *Cine* da lugar a la voz no sólo de periodistas especializados, como los mencionados en el párrafo anterior y Domingo Di Núbila, Pablo Ducrós Hicken, Chas de la Cruz, entre otros, sino también a los propios cineastas. Son

numerosas las notas firmadas por algunos de los directores, guionistas, escenógrafos más relevantes de la época, como es el caso de Mario Soffici, Leo Fleider, Alfredo de Zavalía, Enrique Amorim, Gori Muñoz, Alfredo de la Guardia, entre muchos otros. etc. Esto da cuenta de cuán cercana era la relación de los responsables de *Cine* con los artistas que encabezaban el auge de la cinematografía nacional en la época⁹.

Tanto a partir de las firmas como en relación al espacio que ocupa en las páginas del periódico, puede observarse el lugar preponderante que ocupará el cine nacional en la publicación, en especial en lo referido a la cinematografía como industria. En este sentido, no faltarán notas y análisis que trabajen el aspecto industrial, de mercado, del cine argentino en su edad de oro.



La actriz estadounidense Paulette Goddard leyendo el primer número de *Cine*. Imagen incluida en la portada del número 5¹⁰

⁹ Cabe recordar que Manuel Peña Rodríguez fue productor de cine y Francisco Madrid, guionista.

¹⁰ La imagen de Goddard leyendo el periódico sirve para ilustrar la relevancia y alcance que rápidamente consiguió *Cine*. La actriz fue una de las principales figuras de la edad de oro del cine norteamericano

Si bien es clara –como hemos mencionado previamente– la decisión de *Cine* de no guiarse únicamente por un objetivo financiero, de no entrar en el juego del mercado en busca del mero lucro, sí hay un marcado interés por los temas que refieren a la industria del cine. A lo largo de su existencia son cuantiosas las notas dedicadas a las cifras de la cinematografía, se lista la cantidad de público, la recaudación, los costos de filmación y distribución tanto del cine nacional (en el que se hace hincapié) como del extranjero. Ya en el primer número se hace una curiosa pero relevante afirmación: “la industria del cinematógrafo es la tercera en orden de importancia en los Estados Unidos. La preceden las conservas y los automóviles” (*Cine* 19/06/1912, p.5). De este modo podemos ver cómo la realidad económica del mercado cinematográfico, su viabilidad y contratiempos serán temas recurrentes en *Cine*. Esto es especialmente relevante en lo relativo al cine nacional. Son numerosos los artículos en los que se analiza la taquilla, se da cuenta de los gastos de producción, se informan precios de argumentos adquiridos por estudios, se presentan balances, se compara el mercado nacional con el extranjero, etc. En este sentido, se analizan debilidades y fortalezas del cine argentino pensando siempre en las posibilidades de crecimiento que puede llegar a tener. Vale la pena mencionar aquí una nota publicada en el n° 12 titulada “Territorios reales y potenciales del cine argentino”, en ella se analiza –país a país– el peso del cine nacional en el exterior y las posibilidades de crecimiento en diversos lugares¹¹. Lo mencionado hasta aquí da cuenta del particular interés que tenía para la publicación el éxito de la industria cinematográfica nacional; industria de la que participaban buena parte de quienes trabajaron en el periódico. Es decir, de la buena salud del mercado cinematográfico dependía la situación laboral de quienes escribían en *Cine*, dado que están vinculados a ese campo tanto desde la propia publicación como respecto a las actividades que realizan fuera de ella.

Coherentemente con estas ideas es pertinente mencionar el uso de la publicidad en *Cine*, pilar fundamental en lo que respecta a la financiación del periódico. Analizados los anuncios, es posible pensar en una decisión editorial y administrativa: la publicidad

protagonizando películas como *Tiempos modernos* (1936) y *El gran dictador* (1940) de Charles Chaplin, con quien estuvo casada.

¹¹ La nota incluye una serie de mapas a partir de los cuales se realiza un minucioso estudio de la realidad del cine argentino en el exterior.

incluida en la publicación debía estar ligada al mundo de la cinematografía. Al mismo tiempo, es pertinente poner en juego aquí otra hipótesis: aquella que nos propone pensar en la posibilidad de que sólo auspiciantes del rubro del séptimo arte estuvieran dispuestos a anunciar en una revista como *Cine*. Teniendo en cuenta estas determinaciones de la revista hacia el mercado y del mercado hacia la revista, se llevó adelante un rastreo de casi todos los números de *Cine*, recordemos que dos de ellos estaban ausentes en el archivo de Nuria Madrid. Del análisis se desprende que sólo puede verse la promoción de productos o servicios relacionados fuertemente al séptimo arte. En la gran mayoría de los casos, las publicidades referirán a películas próximas a ser estrenadas o ya en cartelera en determinados complejos cinematográficos; la difusión de la labor de distintos estudios de cine también se incluiría en este ítem. En menor medida, pueden verse anuncios que promocionan laboratorios cinematográficos, marcas que fabrican cámaras o equipos de sonido, algunas referencias a revistas culturales, etc. Añadimos a continuación algunas imágenes alusivas:

ESTUDIOS
SAN MIGUEL

PARA 1943

YA LISTAS

JUVENILIA

LOS HIJOS ARTIFICIALES

EN RODAJE

EN LABORATORIOS

EN RODAJE

LOS HOMBRES LAS PREFIEREN VIUDAS

TRES HOMBRES DEL RIO

ECLIPSE DE SOL

A PUNTO DE COMENZAR: "CUANDO FLOREZCA EL NARANJO" :: Cuatro nombres consagrados
ANGEL MAGANA — MARIA DUVAL — ALBERTO DE ZAVALIA — ALEJANDRO GASONA

Publicidad del estudio argentino San Miguel en el número 14 de *Cine*.



Publicidad de las películas *Saludos amigos* (1942)¹² y *Soberbia* (1942) de Orson Welles en el número 8 de *Cine*.



Promoción de equipos de proyección en el número 3 de *Cine*.

¹² Esta producción de Disney merece una pequeña reflexión. Se trata de cuatro cortos animados que transcurren en diferentes lugares de Sudamérica —en la imagen referida vemos a Goofy como un vaquero texano que viene a codearse con los gauchos de la llanura pampeana y, por supuesto, toma mate—. La película formó parte de un encargo del Departamento de Estado de los EE. UU. a Walt Disney como parte de la política de buena vecindad con América Latina promovida por Roosevelt en plena Segunda Guerra Mundial (Calvache y Villacrés, 2022).

En relación a las películas publicitadas, es el cine nacional sobre quien recaerá la mayor cantidad de anuncios. No solo se anuncian estrenos, sino también films que están en rodaje o producción, estudios publicitan balances anuales dando cuenta de sus éxitos de taquillas y premios recibidos, se difunden estrenos especiales en teatros o locaciones ajenas al cine como el estadio del club River Plate –el Monumental–, etc. A partir del análisis de la publicidad en *Cine*, se refuerza la idea del vínculo entre quienes escriben en la publicación y la cinematografía nacional. Son numerosas las películas publicitadas en las que participan activamente quienes publican en el periódico. Más arriba incluimos un anuncio del estudio San Miguel promocionando seis films, en cuatro de ellos participarán como guionistas, directores, e incluso escenógrafos miembros de *Cine*. En este sentido, no podemos dejar de mencionar que es probable que una de las razones por las que se publiciten películas vinculadas al equipo del periódico sea justamente esa participación, es decir, promocionan sus propios films. A su vez, tampoco puede elidirse el hecho constatable de la enorme presencia de quienes escriben para la publicación en el cine nacional de la época. En gran parte de las películas estrenadas entre los años 1942 y 1943 en Argentina, podemos encontrar al menos un nombre entre los créditos que también hemos leído en *Cine*.

Luego del cine nacional, será el norteamericano y en tercer lugar el mexicano quienes reciban no solo la mayor cantidad de publicidad, sino también de artículos dedicados a ellos. Como hemos mencionado, el cine argentino transitaba por tiempos de enorme éxito que lo acercaba a la mayor industria cinematográfica del mundo –la estadounidense– compitiendo en el plano hispanoamericano con México.

Retomando lo expuesto unos párrafos más arriba, podemos arribar a la conclusión de que si bien es claro cierto desde *Cine* por el puro mercantilismo, al mismo tiempo los responsables de la publicación son conscientes de la necesidad de contar con una financiación estable que no dependa completamente de las posibles ventas de ejemplares (más allá de que los primeros números se hayan agotado rápidamente, como sostienen desde la revista). La solución que encontraron a esta necesaria inclusión de propaganda fue la de orientar la publicidad al tema del periódico, la industria cinematográfica –especialmente la nacional– y todo lo relacionado con ella, buscando no solo sustentarse sino también dar un espaldarazo desde las páginas del periódico a un campo de la economía

argentina que, de continuar en franca expansión, redundará en el crecimiento de la propia publicación¹³.

A fin de dar cuenta de la vinculación de *Cine* con otros ámbitos de la industria cinematográfica, es pertinente mencionar aquí un proyecto editorial que la publicación se propuso llevar adelante. Se trata de la Editorial *Cine*. La primera mención a dicho proyecto tiene lugar en el número 20 (16/04/1943). Allí se menciona que el Museo Cinematográfico Argentino¹⁴ y *Cine* se alían para lanzar un sello editorial dedicado al séptimo arte. La recientemente creada editorial habría de contar con tres colecciones: Cuadernos de *Cine*, Colección de *Cine* y Biblioteca de *Cine*.

EL PRIMER MUSEO CINEMATOGRAFICO ARGENTINO y **cine** ANUNCIAN LA CONSTITUCION DE LA EDITORIAL **cine**

que nacerá a la vida pública con estas tres series de libros:

CUADERNOS DE <i>cine</i>	COLECCION DE <i>cine</i>	BIBLIOTECA DE <i>cine</i>
1.) Griffith, maestro del cine norteamericano Por IRIS BARRY, del Museo de Arte Moderno de Nueva York.	1.) Hollywood y Buenos Aires Por MANUEL PEÑA RODRIGUEZ	1.) "Tres hombres del Río" (Como hace una película MARIO SCOFFIC)
2.) Perfil de Greta Garbo Biografía, anécdotas y la carrera de la gran actriz a través de la técnica fotográfica.	2.) Aspectos estéticos del arte cinematográfico Por ALFREDO DE LA GUARDIA.	2.) "Casa de muñecas" Por HENRIK IBSEN. Con un prólogo por ALEJANDRO CASONA

POR PRIMERA VEZ EN LENGUA ESPAÑOLA UNA GRAN EDITORIAL CINEMATOGRAFICA

TODO LECTOR DE *cine* TENDRA DERECHO A UN DESCUENTO DEL 10 POR CIENTO AL ADQUIRIR ESTOS VOLUMENES

Editorial **cine**
RIO RAMBA 423 - U. T. 47-5191
BUENOS AIRES

Recorte en el que se anuncia el lanzamiento de la Editorial *Cine*.

¹³ Cabe aclarar que esto, tanto en los 40 como hoy, no era lo más común. En la época de *Cine*, las revistas y periódicos de consumo cultural incluían publicidad de marcas sin importar si tenían relación o no con el contenido que publicaban. En cambio, aquellas revistas culturales que apuntan a un lectorado específico, con un contenido orientado, están más cerca de la posición de *Cine* respecto a la publicidad.

¹⁴ El museo fue fundado en 1941 por uno de los directores de *Cine*, Manuel Peña Rodríguez, a partir de su colección personal de films. Se trató del primer museo del país dedicado al cine. En los años 60 la colección pasó a estar a cargo del Fondo Nacional de las Artes, años después dicha colección fue donada al Museo del Cine Pablo Ducrós Hicken (museo que lleva ese nombre en honor al periodista e historiador argentino, quien por cierto publicó numerosos artículos en *Cine*).

Del análisis de los libros que la Editorial *Cine* planeaba publicar, podemos concluir que el objetivo del proyecto sigue la misma línea que la de la revista: difundir estudios sesudos sobre el cine y sus protagonistas.

Por motivos que desconocemos, pero respecto a los cuales no pareciera desacertado aventurar una hipótesis financiera, ninguno de los libros cuyo lanzamiento fue proyectado alcanzó a publicarse¹⁵.

Volvemos ahora a centrarnos en un texto del número 2 de *Cine* a fin de analizar la siguiente afirmación: “CINE es y será un reflejo de la voluntad colectiva que aspira a que la pantalla ennoblezca la misión a la que tiene derecho por su influencia social” (“Altavoz”, *Cine* 11/07/1942, p. 2). De aquí un nuevo propósito, una nueva razón de ser: el cine como fuerza con la potencialidad de tener impacto en la sociedad, la publicación con un fin social, aleccionador, tal vez incluso pedagógico. Este aspecto de la cinematografía será tema recurrente en la publicación. En el mismo número 2, se incluye una nota de Brenier titulada “El cine y la educación popular” (*Cine*, 11/07/1942, p.8). En el cuarto puede leerse un artículo del reconocido filósofo y psicólogo Rudolf Arnheim sobre la influencia del cine en el público (*Cine*, 14/08/1942, p.5). A su vez, en el número 12 se celebra el hecho de que el Consejo Nacional de Educación haya resuelto incorporar el cinematógrafo a la enseñanza haciéndose incluso cargo de la financiación de los gastos que esto implique para las escuelas (*Cine*, 4/12/1942, p.2). Podemos ver aquí la intención de la publicación de detenerse en el potencial benéfico que la cinematografía tiene como herramienta vinculada a la educación.

Habiendo analizado algunos de los objetivos y políticas editoriales que guían a *Cine*, y a fin de comprender su estructura de manera precisa, creemos pertinente realizar una breve recapitulación de las secciones recurrentes del periódico, las mismas fueron:

¹⁵ Conviene mencionar que el libro *Griffith, un maestro del cine norteamericano* de Iris Barry, reconocida crítica cinematográfica estadounidense, es una traducción de *D. W. Griffith: American Film Master*, breve ensayo sobre el reconocido cineasta publicado en 1940 bajo el sello editorial del Museo de Arte Moderno de Nueva York.

- “Altavoz”: aquí se incluían breves notas misceláneas sobre la realidad del cine, anécdotas de reconocidos artistas o críticos, citas e incluso una suerte de microrrelatos sobre el cine. Estas secciones suelen estar incluidas en la parte izquierda de la segunda página del periódico en una columna vertical.
- “El trabajo en los estudios locales”: brindaba información sobre lo que la industria cinematográfica nacional estaba produciendo en el momento, se citan obras, directores, elencos, fechas e incluso presupuestos. La sección engloba una serie de pequeños apartados en los que se publica información estudio por estudio.
- “Fichas”: semblanzas de directores de cine argentinos. Todas de autoría de Francisco Madrid¹⁶. Suelen aparecer en las primeras páginas con una columna orientada a derecha de caja.
- “Folletín técnico”: apartado sobre el hacer cinematográfico a cargo de reconocidos trabajadores de la industria. De carácter explicativo y, como bien dice su nombre, técnico. Suele incluir gráficos, tablas y cuadros con información específica sobre el tema analizado en cada nota.
- “En estos catorce días”: noticias breves sobre lo que ha sucedido en el campo cinematográfico en las últimas dos semanas. Este apartado cambiará de nombre a partir del número 22 y pasará a llamarse “Corrientes y Callao”, a partir de aquí la sección se describirá a sí misma del siguiente modo:

Corrientes y Callao es el mentidero, la bolsa de contratación y de noticias del gremio cinematográfico. Más que una esquina, que un lugar en la nomenclatura de nuestra ciudad, es el eje simbólico de las actividades de nuestra gente de cine en los negocios y los proyectos, en los rumores y los hechos, que allí repercuten invariable y rápidamente. (“Callao y corrientes”, *Cine* 14/05/1943, p. 2)

Como podemos sospechar de la definición misma de esta sección, los chismes y las habladurías se darán lugar aquí, en un pequeño recuadro en la parte inferior de la

¹⁶ Todas estas semblanzas, ampliadas, posteriormente formarán parte del epílogo del libro *El cine al día* (1944) de los ingleses Douglas Spencer y Hubert Waley. Esta obra, pionera en su campo, es un pormenorizado estudio del desarrollo técnico que conlleva la enorme expansión del arte cinematográfico que tuvo lugar en la época. Madrid traducirá el libro para la Editorial Nova, de los exiliados gallegos Luis Seoane y Arturo Cuadrado, pero, además, y un tanto por decisión propia, incluye un epílogo en la obra. En él Madrid lleva adelante un estado de situación de la realidad cinematográfica nacional añadiendo una serie de semblanzas de los directores más destacados de la época. Es necesario destacar la relevancia de este epílogo dado que se convertirá en el estudio más antiguo del cine clásico nacional (Krieger, 2014, p.136).

segunda página, casi como si quisieran esconder estos textos mínimos, menos sesudos y mucho más coloquiales.

- “42 años de cine” y “Cine de vanguardia”: se trata de dos estudios pormenorizados sobre la industria cinematográfica. El primero, a cargo del crítico Valerio Jahier, aparece publicado en casi todas las ediciones de *Cine* del número 1 al 21; y el segundo, que reemplaza al texto de Jahier a partir del número 22, estaba firmado por la cineasta francesa Germain Dulac. En apartados que cubren media página, estos autores llevarán adelante sendos estudios sobre cine. Se trata de textos largos publicados por partes.

El espacio restante es ocupado por notas sobre cine nacional e internacional, entrevistas, informes de críticos relevantes, cifras de la industria del cine, debates, análisis de películas y artistas, breves ensayos, diversas curiosidades relacionadas al séptimo arte¹⁷ y constantes menciones a los problemas con la importación de celuloide virgen para filmar. Este último es uno de los pocos temas en donde la realidad socioeconómica de Argentina aparece en *Cine*. En numerosas notas se hace mención a los problemas que enfrenta la industria frente a la escasez de celuloide para filmar. Las restricciones impuestas por los Estados Unidos para la exportación de película virgen con motivo de la Segunda Guerra Mundial generaron un gran problema para la industria nacional. *Cine*, que no suele incluir numerosas referencias a la realidad sociopolítica que la circunda, en este caso pide la intervención del gobierno a fin de solucionar el conflicto. A este respecto, es ilustrativa la tapa del número 19 del periódico en la que se da cuenta de la visita de una delegación de artistas relacionados al cine al por entonces presidente de la Nación, Ramón Castillo:

¹⁷ En el número 28 se realiza una encuesta a destacados artistas sobre qué tres películas se llevarían a una isla desierta. Responden figuras como Alejandro Casona, Enrique Amorim y Jorge Luis Borges, entre otros. El escritor argentino manifiesta su favoritismo por *La batida* (*The Dragnet*, 1928, de Josef von Sternberg), *El gran juego* (*The Great Game*, 1930, de Jack Raymond) y *El Conde de Chicago* (*The Earl of Chicago*, 1940, de Richard Torpe).

raционamiento debido a la Segunda Guerra Mundial y que la Argentina debería administrar sus recursos teniendo esto en cuenta.

Este encuentro, acontecido el 31/03/1943, marca lo acuciante del conflicto relacionado al celuloide, material indispensable para filmar, problemática que termina llegando hasta el mismo presidente de la República en un momento de notoria conflictividad social en el país; recordemos que dos meses después de la publicación del n° 19 de *Cine*, Ramón Castillo es derrocado por el Grupo de Oficiales Unidos (GOU) asumiendo la presidencia Pedro Pablo Ramírez.

El problema de la escasez de película virgen será retomado en numerosas ocasiones – varias de ellas con menciones en tapa– en las que se da cuenta del conflicto, los problemas que este acarrea y sus soluciones temporales.

Este inconveniente llega a su punto más álgido cuando lleva al estudio Lumiton a suspender sus actividades hasta tanto se regularice el ingreso al país de película virgen (“Lumiton tendrá que cerrar sus estudios”, *Cine* 20/08/1943, p. 1). Esto es anunciado en una nota de tapa del número 28. En esa misma tapa se informa con esperanza que está en marcha un proyecto para producir celuloide en Argentina, específicamente en Villa María (Córdoba). Desafortunadamente, esta iniciativa no llega a buen puerto y el conflicto no solo no se resuelve, sino que se intensifica luego del bloqueo de celuloide de los Estados Unidos a la Argentina por la neutralidad de nuestro país frente a la Segunda Guerra Mundial (Mateu, 2008, p. 14).

La Segunda Guerra Mundial será justamente el otro gran tema de la realidad social argentina que se menciona en *Cine*, específicamente la mencionada neutralidad. Para la publicación, que contaba con numerosos exiliados por conflictos bélicos, esa neutralidad por parte del gobierno nacional es inentendible. Si bien manifiestan en ocasiones su desconformidad con este proceder, hacen especialmente hincapié en cómo el conflicto bélico afecta al cine. Son numerosas las notas dedicadas a analizar la nueva tendencia en la pantalla –las películas de guerra–, dan cuenta de diversas funciones y films con fines benéficos, brindan información respecto a inconvenientes en diversos rodajes con motivo del conflicto y, en alguna ocasión, hacen autocrítica y señalan en el cine argentino cierta timidez a la hora de abordar el tema.

Podemos afirmar entonces, que si bien *Cine* no vive aislado de la realidad sociopolítica que lo rodea, sí opta por intervenir en el campo del que forma parte y sobre el que tiene influencia, esto es, el cinematográfico.

Finalmente, cabe destacar la inclusión en márgenes de cartas de lectores. En ocasiones se replica el texto completo y en otras se retoma alguna consulta o punto en particular y con un editorial se habla sobre el tema que originó el comentario. Allí, pueden leerse opiniones tanto sobre cinematografía como sobre notas publicadas en *Cine*. Es decir, desde las páginas del periódico se da lugar al debate dentro de las posibilidades materiales de la publicación. Vemos aquí un vínculo entre *Cine* y sus lectores. Del mismo modo, se da lugar al debate entre autores que publican en *Cine* y entre estos autores y el público. No son extrañas las notas que responden o replican otros artículos publicados previamente en el periódico o textos en los cuales periodistas de la publicación le responden a algún lector. Estos diálogos ocupan un lugar relevante, suelen incluirse en la segunda página del periódico y aparecen en casi todos los números. De este modo, tomamos dimensión de la importancia que tiene para la publicación el vínculo no sólo entre quienes escriben para *Cine* y su público, sino también entre los distintos actores relacionados a la cinematografía que se leen y debaten unos con otros en las páginas del periódico. Dentro de sus posibilidades materiales y temporales –recordemos que se trata de un periódico quincenario–, *Cine* hace una apuesta palpable por el diálogo y el debate.

Tenemos ahora una clara idea de lo que fue *Cine*, a qué apuntó y cuáles fueron sus preocupaciones principales. Pasemos ahora al otro proyecto que se analizará en el TIF.

OtrosCines



Logo de *OtrosCines* (2007-2024).

Hacemos un salto temporal y pasamos ahora al análisis de *OtrosCines*, una propuesta editorial digital que aborda producciones audiovisuales sin limitarse al cine.

Es pertinente comenzar con el origen del proyecto. Su fundador fue Diego Batlle¹⁹, periodista de larga trayectoria en medios especializado en cine, quien desempeña el rol de editor desde el inicio de *OtrosCines* (2007) y hasta la actualidad.

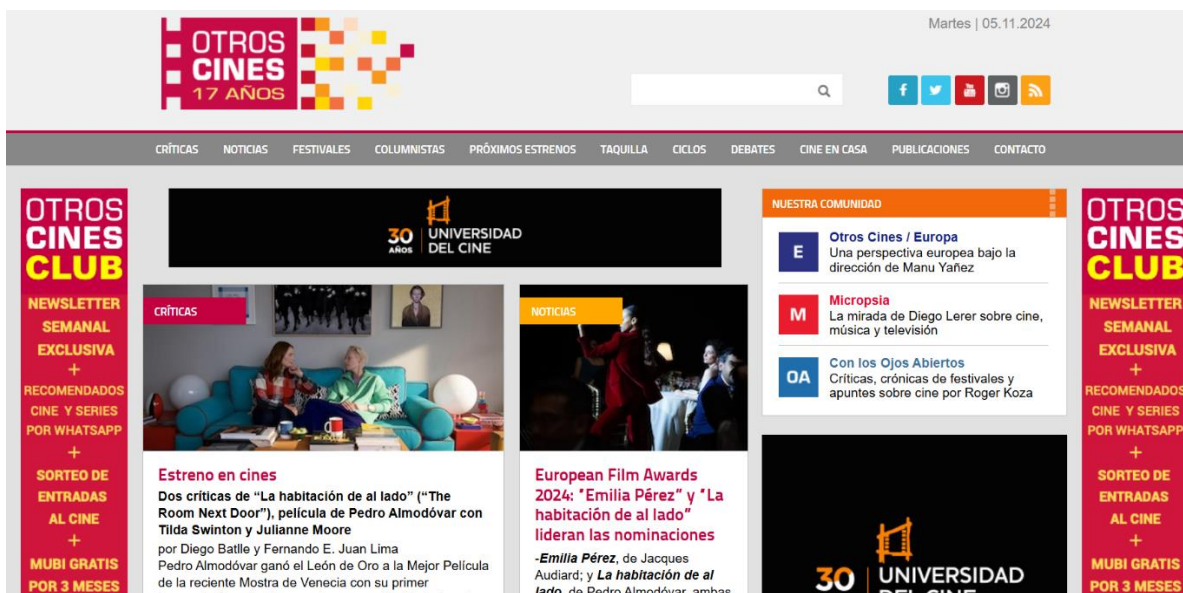
Batlle se desempeñaba, y en algunos casos lo sigue haciendo, en medios gráficos masivos –como *Clarín*, *Télam* y *La Nación*, entre otros– cuando sintió la necesidad de encarar un proyecto independiente, propio, ajeno a la dinámica que dichos medios imponen. La idea fue desde el inicio dar forma a un portal digital sobre cine en el que él y otros colaboradores llevaran las riendas del proyecto; es decir, buscaban gestar un proyecto independiente, en el que fueran ellos quienes seleccionaran y editaran qué y sobre qué publicar. La materialización de esta idea fue *OtrosCines*.

El proyecto surge, al igual que *Cine*, en un momento particular de la industria editorial nacional, ya no se tratará de un auge sino de un proceso de concentración de sellos y empresas bajo enormes grupos editoriales (con Planeta y Penguin Random House a la cabeza). Como contrapartida a la lógica de funcionamiento de estos grandes conglomerados, tiene lugar el surgimiento de emprendimientos de carácter independiente. Estas pequeñas empresas se alejan de una postura estrictamente comercial preponderando el valor cultural de aquello que publican. Conscientes de la menor rentabilidad que ello

¹⁹ Buena parte de la información volcada en este apartado tiene su origen en una entrevista a la que muy gentilmente accediera Diego Batlle. El diálogo entre el autor del presente TIF y Batlle ocurrió en agosto de 2022.

implica, encuentran nichos de mercado por fuera de la órbita de los grandes grupos editoriales (Botto, 2014). En este aspecto, será central masificación del uso de internet como herramienta no sólo de divulgación, sino también para “cazar talentos” que circulen allí y puedan publicarse. *OtrosCines* es un proyecto de este tiempo, con una particular mirada respecto a cómo y qué producir.

El portal se piensa como un espacio sobre cinematografía en el que se vuelcan noticias, críticas, industria, taquilla, festivales, etc., haciendo especial hincapié en brindar espacio a las zonas menos difundidas o más desprotegidas del cine, es decir, películas de festivales, producciones independientes o de nicho (de aquí el nombre del portal).



Página principal del portal, 05/11/24

Para darnos una idea del contenido de *OtrosCines* realizaremos a continuación una enumeración y breve descripción de sus secciones:

- Críticas: análisis de estrenos recientes, tanto en cine como *streaming*. Se trata de textos no demasiado extensos, que abordan los aspectos centrales de las películas a analizar.

- Noticias: novedades más relevantes sobre cine. Son textos de carácter informativo y con las fuentes de dicha información claramente explicitadas.
- Festivales: cobertura de los distintos eventos cinematográficos alrededor del mundo. En la mayoría de los casos, *OtrosCines* cuenta con enviados especiales que brindan una mirada particular sobre los eventos.
- Próximos estrenos: breves reseñas con novedades sobre lo que está por venir en el séptimo arte. No solo se incluyen aquí menciones a preestrenos a los que los miembros del portal han podido acceder, sino que se incluyen pequeñas semblanzas de películas importantes próximas a estrenarse.
- Taquilla: información respecto a la recaudación y en relación a la industria en general. Si bien abordan el mercado a nivel global, la mayoría de las notas refieren a lo que sucede en la Argentina.
- Ciclos: difusión de diversos ciclos sobre cine que tienen lugar en el país. Se brinda una reseña sobre cada uno de ellos y se invita al público a participar.
- Debates: lugar para pensar qué sucede con el cine, principalmente con su industria. Se analizan aquí aspectos económicos, políticos y sociales que repercuten en el campo de la cinematografía.
- Cine en casa: reseñas y noticias relacionadas a los servicios de *streaming*. El título de la sección es ilustrativo, también se abordan series o proyectos televisivos.
- Publicaciones: apartado en el que se analizan recientes lanzamientos de libros y revistas sobre cinematografía. Suelen incluirse balances anuales con los mejores materiales sobre cine que fueron publicados.

Respecto al proceso editorial que llevan adelante en *OtrosCines*, Batlle sostiene que es él, como editor a cargo y en colaboración con el periodista Ezequiel Boetti, quien analiza las novedades sobre cine (qué se estrena en festivales o *streaming*, noticias sobre la industria y el cine nacional, ciclos, etc.) a fin de determinar lo que se publicará. A partir de este análisis, se encarga a los colaboradores la producción de material para cada una de las secciones. Batlle también firma varias de las notas del portal, algunas exclusivas para *OtrosCines* y otras tomadas, con autorización, de su trabajo en distintos medios gráficos masivos.

Conviene destacar la importancia de los vínculos que la publicación tiene con otros proyectos editoriales, lo que le ha permitido crecer y expandirse. Al respecto, vale la pena citar lo que se destaca en el mismo portal:

OtrosCines.com fue creado en abril de 2007 y con el tiempo fue ampliando su plataforma de medios con la incorporación de OtrosCines/Europa y los blogs *Micropsia*, *Con los Ojos Abiertos*, OtrosCines/TV, OtrosCines/Perú y OtrosCines/Cursos (ligado a la actividad de cursos de formación y divulgación que realizamos tanto de forma online como presencial). Así, la red de medios de OtrosCines.com ofrece con sus diferentes propuestas una amplia, diversa y profunda cobertura sobre estrenos de películas y series, ciclos y festivales, combinando la crítica y el análisis con la información periodística, que incluye tanto a la cinefilia como a la industria. (<https://otroscines.com/>)

Esta red de productos editoriales le ha permitido a *OtrosCines* expandirse y forjar vínculos con colegas. *OtrosCines/Europa*, por ejemplo, con sede en Barcelona, es una suerte de desprendimiento de *OtrosCines* con el que comparte contenido y anunciantes. La ubicación del mencionado portal le permite dar cuenta de una amplia cobertura de los festivales cinematográficos europeos²⁰, lo que se replica en el portal cabecera. *Micropsia* (blog de Diego Lerer) y *Con los ojos abiertos* (blog de Roger Koza), también desprendimientos de *OtrosCines*, formaron parte del mismo sitio web original, pero posteriormente se independizan; los responsables son periodistas y colegas amigos con los que la colaboración es fluida, sin tener, necesariamente, un vínculo comercial. Como nos dice Diego Batlle “se trata de compartir un espacio, un universo de crítica y cobertura de cine y series” (comunicación personal, 2022).

Pasamos ahora a referirnos a la estructura de los contenidos y al apartado visual, allí puede verse una apuesta por replicar ciertos tópicos propios de una revista impresa tradicional a lo que se añade las ventajas que otorga el formato digital. Las secciones están ordenadas de manera clara y accesible, el diseño del portal es sencillo y claro, y ha variado

²⁰ Las numerosas colaboraciones entre *OtrosCines* y *OtrosCines/Europa* en diversos festivales que tienen lugar en el viejo continente son prueba de ello.

poco a lo largo del tiempo. Batlle es consciente de las desventajas que esto puede traerle al portal, admite que esta apuesta a una estructura más bien tradicional trae aparejada una peor indexación por parte de los motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo!, etc. Sin embargo, un poco porque la finalidad del proyecto no es exclusivamente económica y otro poco por cierto apego al diseño visual de origen, la necesidad de renovación o actualización de la interfaz gráfica, tan relevante en cualquier sitio web hoy, no es una preocupación mayor para *OtrosCines*.

En este sentido, es pertinente destacar que buena parte de los artículos publicados replican una misma estructura, esto es, algunas imágenes alusivas al film, festival, artista, etc. del que se hable junto al cuerpo del texto que nunca es demasiado extenso. Las críticas suelen rondar las 500 palabras y las restantes notas las 1.000. Solo dos casos exceden estas cifras: las entrevistas y los artículos dedicados a analizar la realidad del cine nacional, sobre este último punto nos detendremos más adelante dado que es allí donde *OtrosCines* manifiesta una postura política frente al contexto social que circunda a la cinematografía.

OtrosCines opta por un modo de titular sobrio y preciso, refiere someramente sobre qué versará la nota que el lector está a punto de abordar, evitando aquí pecar de un exceso de subjetividad. La mirada personal, claro está, se hará presente en el propio texto – especialmente en las críticas o análisis–, pero las posiciones allí manifestadas son sostenidas con argumentos claros. Nuevamente aquí, serán los artículos que buscan analizar el presente del cine argentino en contexto quienes escapan a esta regla dando cuenta de una postura editorial marcada.

El portal es consciente de las ventajas que le ofrece su propia materialidad al hacer uso de los recursos de un producto multimedial. Se suelen incluir videos referidos a películas o entrevistas, las ya citadas imágenes, hipertextos e hipervínculos –que usualmente remiten a material de los sitios ligados a *OtrosCines* o a la fuente de lo que se sostiene en la nota–, se brinda la posibilidad de compartir y divulgar lo que uno lee en cine a través de redes sociales, se remite en un apartado de la página principal a las propias redes tanto de la publicación como de su director, etc. Esto nos permite afirmar que si bien el portal no es vanguardista en relación a la apuesta estética que lleva adelante, sí es consciente de su propia naturaleza y hace uso de las herramientas que la edición digital de brinda,

herramientas sin las cuales es probable que *OtrosCines* no pudiera ser llevado adelante tal y como se presenta hoy.

En este sentido, es pertinente destacar que los recursos humanos y financieros con los que cuenta *OtrosCines* son limitados. Se trata de un reducido grupo de periodistas que se propusieron llevar adelante un proyecto editorial pudiendo hacerlo gracias a las herramientas que la virtualidad brinda. La aparición de nuevas tecnologías ha multiplicado las posibilidades comunicativas (Jódar, 2015). El alcance potencial de *OtrosCines* hubiese sido impensado cuando *Cine* se publicaba, y esto a pesar de que los recursos humanos y financieros con que contaba esta última publicación eran mayores, y, especialmente, pese a publicarse en un momento de éxito de la industria editorial nacional, éxito que hoy no se replica.

OtrosCines comparte con *Cine* su interés por dar lugar al debate y buscar un vínculo con sus lectores. Sin embargo, los instrumentos con que cuenta un portal digital hoy le permiten generar una relación mucho más fluida y palpable. A este respecto, conviene destacar, en primer lugar, que todas las notas cuentan con un espacio dedicado a comentarios de los lectores. Allí, los responsables de la publicación dialogan con sus lectores e incluso en ocasiones cineastas participan en esa sección de comentarios; quienes hacen cine se suman al debate y entablan un diálogo tanto con lectores como con periodistas. Se genera entonces un espacio para compartir puntos de vista sobre los temas que aborde la nota en cuestión. Podemos notar aquí la aparición de la figura de un lector que ya no es un mero espectador, deja su estatismo de lado y empieza a ser consciente de que puede desempeñar un papel activo en el proceso creativo, proceso que, hasta el auge de la era digital, le era prácticamente ajeno (Bergero, 2013, pp. 70-73).

Otro modo de generar diálogo con los lectores, y a la vez generar contenido y financiarse, tiene que ver con la posibilidad que ofrece *OtrosCines* de obtener una suscripción²¹. Quienes opten por ello tendrán acceso a un *newsletter* semanal en el que el director de la publicación brinda información detallada y actualizada sobre determinado aspecto de la cinematografía. A su vez, se accede a un grupo de WhatsApp en el que se ofrecen recomendaciones, a través de audios, videos y notas, de cine y series.

²¹ En la actualidad, la suscripción estándar cuesta \$1.500. Información actualizada a noviembre de 2024.

Ocasionalmente, este grupo cerrado suele abrirse a todos los miembros para que recomienden películas –usualmente de una temática determinada–, dialoguen y debatan.²²

En esta misma línea la suscripción ofrece a los lectores de *OtrosCines* acceso a charlas en vivo con Diego Batlle en los que se debaten distintos temas de la actualidad cinematográfica. Estos encuentros tienen lugar vía Zoom y permiten establecer un diálogo fluido y ameno entre los lectores y el responsable del portal. A su vez, se dan encuentros en los cuales participan distintos actores de la industria cinematográfica –los últimos fueron los directores Mariano Llinás y Rodrigo Moreno–²³. En estos casos se trata de entrevistas que Batlle lleva adelante y en las que luego se abre el debate entre el periodista, los entrevistados y quienes asisten al encuentro virtual. Vemos aquí un marcado interés por fomentar el diálogo entre distintos actores de la industria cinematográfica, *OtrosCines* y el público.

Por otra parte, la suscripción ofrece descuentos en los cursos y talleres vinculados a distintos aspectos de la cinematografía que dictan profesionales relacionados a *OtrosCines*²⁴. Cabe destacar aquí que muchos de los periodistas que trabajan en el portal desarrollan actividades como docentes, Ezequiel Boetti en la Escuela de Periodismo TEA, Violeta Kovacsics en la Universidad Pompeu Fabra y en la Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC) –al igual que Manu Yañez y María Adell– y el propio Diego Batlle en numerosos cursos. En este sentido, el portal comparte con *Cine* un interés por abordar la relación entre las producciones audiovisuales y la educación.

La mencionada suscripción, entonces, es una de las formas de financiación de la publicación, siendo la publicidad la principal fuente de ingresos. A este respecto, lo que se promociona en el portal son, claro, estrenos de cine o plataformas de *streaming*, instituciones educativas como la Universidad del Cine, complejos de cine, laboratorios cinematográficos, festivales tanto nacionales como internacionales, etc. La publicidad, entonces, está fuertemente ligada al objeto de la publicación, la cinematografía. Podemos

²² La suscripción también otorga una membresía por tres meses en Mubi, plataforma de *streaming* con una curada selección de películas. Este acuerdo entre *OtrosCines* y Mubi nos permite acercarnos al tipo de películas que particularmente le interesan al portal, si bien, claro está, todo tipo de films se dan lugar en este proyecto editorial.

²³ En estos dos casos, puede accederse al audio de la charla a través del canal de YouTube de *OtrosCines* <https://www.youtube.com/@otroscines>

²⁴ Los últimos que han tenido lugar son “La crítica y la cinefilia en la era de los influencers, los algoritmos y la IA” y “Cine argentino: Arte, política e industria”.

pensar aquí en la misma justificación dual de la que hablamos respecto a *Cine* para este hecho, por un lado, no es descabellado pensar en que son rubros relacionados a la cinematografía los que se interesen por publicitarse en *OtrosCines* y, por el otro, es pertinente considerar una decisión editorial de ir en busca de ese tipo específico de anunciantes. Más aun teniendo en cuenta los vínculos que tienen quienes trabajan en el portal con distintos actores de la industria cinematográfica, ámbito en el que trabajan desde hace tiempo. Es importante destacar que, debido al formato y las ventajas con que cuenta como producto digital, *OtrosCines* no requiere de grandes cantidades de recursos humanos y financieros para sostenerse.

Finalmente, es importante destacar que *OtrosCines* otorga un espacio preferencial al cine argentino, tanto a lo que se estrena en salas, como en festivales y *streaming*. A su vez, dan espacio a los lanzamientos independientes en circuitos no comerciales, como el Complejo Gaumont y la red de espacios del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Este interés por el cine nacional alcanza otros frentes. En la sección de debates se da lugar a la reflexión sobre los problemas de financiamiento de la industria audiovisual argentina, se discuten políticas públicas (actuales o pretendidas), se analiza el espacio que se le otorga a los films argentinos en las salas y se vehiculizan reclamos en pos del fortalecimiento de la cinematografía nacional. Podemos leer aquí un posicionamiento editorial claro, *OtrosCines* desea y brega por la consolidación y el éxito del cine argentino. A su vez, y en la misma línea que *Cine*, tiene un interés por participar activamente en la realidad de la industria cinematográfica e intervenir en ella.

En este sentido, creemos pertinente cerrar este apartado refiriéndonos al posicionamiento político que toma el proyecto editorial en relación al cine argentino en la actualidad. El apartado “Debates” y en menor medida “Noticias” serán los lugares en los que se publicarán análisis referidos a las políticas de diferentes actores –públicos y privados– referidos a la cinematografía. *OtrosCines* se hace eco de aquellas decisiones que afectan a ese campo, sea que lo perjudique o beneficie, manifestando abiertamente su mirada sobre lo que acontece en las instituciones vinculadas al cine. Desde el inicio mismo de la publicación²⁵, se publican artículos que abordan la realidad del cine argentino, tratando de

²⁵ La primera nota en “Debates” se publica el 03 de abril de 2007 con el título “¿Por qué en Argentina todavía no terminó de conformarse un buen circuito especializado en el cine de arte?” y engloba una serie de textos de distintos periodistas analizando desde diversas perspectivas el tema referido.

entender los motivos que derivan en su éxito o fracaso. En estos textos se da lugar a una multiplicidad de voces, no solo de periodista vinculados a *OtrosCines*, sino también de los propios cineastas e incluso de especialistas pertenecientes al campo de lo legal –como Julio Raffo quien publica numerosas notas–.

Es pertinente destacar que estos artículos y debates se han ido incrementando en el último año a partir de las decisiones del actual gobierno nacional que han llevado al desfinanciamiento del INCAA poniendo en jaque a la industria cinematográfica nacional.

Como hemos mencionado anteriormente, es aquí el lugar en el que *OtrosCines* se permite sentar postura y dejar en claro su mirada sobre la actualidad del cine en la Argentina. Algunos de los últimos titulares al respecto son “Los subsidios del INCAA y las mentiras de Pirovano, Adorni y Sturzenegger” –nota a cargo de Diego Batlle– y “Sin cine argentino, por decreto” –declaración a cargo de diversas instituciones vinculadas al cine nacional–.

Podemos ver aquí una decisión editorial orientada a intervenir en el cine nacional, no solo un interés por informar, sino también por denunciar, buscando enterar al público de políticas que atentan contra la industria cinematográfica nacional, industria en la que –al igual que *Cine*– se sostiene *OtrosCines* y de la cual depende su éxito.

En línea con lo expuesto hasta aquí –y a modo de cierre del presente apartado–, es relevante destacar que *OtrosCines* comparte con *Cine* el interés por participar en la realidad del cine nacional en pos de su crecimiento y expansión. En este sentido, la publicación da lugar a voces ligadas a la cinematografía desde un lugar institucional, nos referimos a periodistas que escriben para *OtrosCines* y al mismo tiempo desempeñan funciones dentro de distintos organismos estrechamente vinculados a la producción y difusión del cine argentino. Podemos citar a Fernando Enrique Juan Lima, quien fuera vicepresidente INCAA (2017-2018) y presidente del Festival Internacional de Cine de Mar del Plata (2020-2024) y Luciano Monteagudo –director artístico del DocBuenosAires entre 2000 y 2017 y programador del Bafici en sus primeras ediciones–. Podemos ver aquí la decisión editorial el portal de dar lugar a la perspectiva institucional sobre la cinematografía nacional enriqueciendo así la mirada que ofrece *OtrosCines* sobre este campo de la cultura nacional.

Francisco Madrid



Francisco Madrid entrevistando a Salvador Dalí (1928).

Antes de pasar a las conclusiones del presente TIF, creemos pertinente incluir aquí un apartado sobre la figura de Francisco Madrid, uno de los responsables de *Cine* y figura relevante dentro tanto del campo cinematográfico como editorial. Abordar su trayectoria y biografía es un trabajo de memoria y nos permite comprender un fenómeno complejo como el exilio y su impacto en el campo cultural argentino.

La Guerra Civil española es uno de los eventos más relevantes de la historia del siglo XX, sus consecuencias no se limitan al enorme impacto que tuvo en Europa en el campo social, político y económico, sino que se expanden territorialmente a América Latina a través del fenómeno del exilio. La relevancia social y cultural de este suceso en Latinoamérica no necesita destacarse y ha sido largamente estudiada (Caudet, 2005; Schwarzstein, 2001).

En la Argentina, uno de los campos que se vio notoriamente influenciado por la oleada de inmigrantes republicanos que ingresaban al país fue el de la cultura y, específicamente, el mercado editorial nacional. Esto se debe, en buena medida, a las políticas inmigratorias, sumamente restrictivas, llevadas adelante durante las presidencias de Agustín P. Justo y Ricardo M. Ortiz. Desde el comienzo de la Guerra Civil, los exiliados españoles republicanos que desearan ingresar al país debían sortear numerosos contratiempos lo que dio como resultado que el número de exiliados que arribaran a la Argentina fuera notablemente menor que aquellos que optaron por México como destino. De este modo, quienes funcionarán como agentes que faciliten la llegada de españoles a la Argentina serán, en primer lugar, españoles previamente afincados en el país, en segundo lugar, instituciones sociales y culturales, Universidades nacionales, centros de investigación, entre otros (Loedel Rois, 2012, p.326; Macciuci, 2011, pp. 159 y ss.). Lo mencionado anteriormente da como resultado que buena parte de los exiliados republicanos españoles que pudieron ingresar al país estuvieran ligados al campo de la cultura. Uno de ellos será Francisco Madrid. Este apartado se centrará en su figura, respecto a ella son escasos los trabajos dedicados a estudiarla. A tal punto llega este desconocimiento que en algunos de los pocos trabajos que mencionan a Francisco Madrid suele haber errores²⁶. Daremos una breve descripción biográfica de Paco, para luego hacer hincapié en su trabajo dentro del campo editorial argentino.

Francisco Madrid nace en Barcelona en febrero de 1900. En la capital de Cataluña tendrá una destacada labor como periodista. Iniciará su carrera en la prensa tempranamente, a los 18 años comienza a trabajar para diarios catalanes (*El Poble Catalá* y *La Publicitat*), revistas literarias (siendo *El Escándalo* la más destacada) y participará de la redacción de los periódicos madrileños *El Heraldo* y *El Liberal* (Cortès, 2010).

Luego de trabajar por un breve periodo como secretario del gobierno barcelonés y debido a su declarado republicanismo, Madrid se ve obligado a exiliarse eligiendo como destino a la Argentina y en octubre de 1936 arribará al país. Para ese entonces el escritor catalán era una figura reconocida como da cuenta el artículo publicado en el diario *Noticias*

²⁶ A modo de ejemplo, podría citarse la entrada que Angosto Vélez le dedica en el *Diccionario biográfico del exilio español de 1939* (2006) donde no sólo confunde su nombre verdadero con su seudónimo (Carlos Madrigal), sino que también indica erróneamente la fecha de su nacimiento.

*Gráficas*²⁷ el 17 de octubre de 1936 en el que se destaca la llegada de Francisco Madrid al país con su esposa, la reconocida actriz María Teresa Rodríguez y su hija Nuria (Ortuno Martínez, 2010, p.62).

Francisco Madrid llevó adelante en el país tareas como traductor, crítico, dramaturgo, periodista, ensayista, entre otros trabajos. Sin embargo, es por su producción en relación con el cine por la que será especialmente reconocido (Zuleta, 1999, pp. 49 y 87; Martínez, 1959, p.79). Madrid desempeña estas tareas hasta su temprana muerte en 1952, producto de complicaciones médicas derivadas de una intervención quirúrgica.

Dentro de los numerosos proyectos editoriales de los que formó parte Francisco Madrid en Argentina, sólo nos detendremos en dos, tal vez los menos estudiados y los más relevantes para abordar cómo exilio y memoria se entrelazan en la figura del escritor catalán. Me refiero a la revista *Catalunya* y a la Agrupación de Ayuda a la Cultura Catalana (Agrupacio d'Ajut a la Cultura Catalana, en el original catalán).

Ambas iniciativas, tanto la revista como la fundación de la Agrupación, si bien separados sus inicios por una docena de años, fueron creadas con el propósito de dar a conocer y fortalecer la identidad y la lengua catalana en la Argentina. La Agrupación de Ayuda a la Cultura Catalana fue, como veremos, un proyecto llevado adelante por el mismo grupo de intelectuales y artistas que tenían a cargo la publicación de la revista *Catalunya*. De ambos proyectos formará parte Francisco Madrid, como escritor en la revista *Catalunya* y como miembro fundador de la Agrupación.

Catalunya comienza a publicarse en 1927 en formato bilingüe (catalán y español) y bajo el nombre *Catalònia*, pocos años después tomará el nombre *Catalunya* y comenzará a editarse completamente en catalán. Con una breve interrupción en los años 50 continuará publicándose hasta 1964.

La publicación, a cargo del Casal de Cataluña de la Ciudad de Buenos Aires, tenía como principal propósito la difusión de la actividad cultural llevada a cabo por la colectividad catalana en el país. A partir de diversas secciones que abarcaban desde temas relacionados a la historia y economía catalana pasando por un apartado culinario y una mayoritaria

²⁷ Será en esta publicación, y gracias a su amistad con el periodista Jaime Jacobson, que Madrid dé sus primeros pasos en la prensa argentina. *Noticias Gráficas* era publicada por la editorial Haynes, casa que también estaba a cargo de la revista *El Hogar*, una de las publicaciones más populares y originales de la época. En esta revista, desde finales de los años 30, Madrid escribirá numerosas críticas y crónicas cinematográficas.

sección cultural, se destacaba el lugar de la cultura catalana tanto en España como en el exterior, especialmente, claro, respecto a lo que acontecía con la comunidad en Argentina.

En mayo de 1939 se publica en *Catalunya* un manifiesto firmado por una veintena de catalanes, entre ellos Francisco Madrid junto a otros exiliados vinculados al campo de la cultura, declarando su preocupación por la caída de Cataluña a manos del franquismo y se informa que se ha creado la Agrupación de Ayuda a la Cultura Catalana. En la mencionada declaración se afirma que, a partir de la caída de Barcelona, Cataluña ya no se encuentra en Cataluña sino en el exterior. De este modo los exiliados catalanes se convierten en los únicos representantes del espíritu catalán (AA.VV., 1939, p.29), enorme responsabilidad que moviliza a Madrid y sus colegas a dar inicio a valioso proyecto editorial sobre el que se hablará a continuación.

A este respecto cabe destacar que del mencionado manifiesto se desprenden los dos propósitos principales de la empresa editorial, en primer lugar, se busca promover la cultura catalana en el exterior, en este caso en la Argentina; dado que esta había sido radicalmente eliminada por la España franquista (Fernández, 2011, p. 404). Si bien la Agrupación comparte con *Catalunya* el mencionado interés por divulgar y fortalecer la lengua y cultura catalana en el extranjero, la colección de libros publicados por la Agrupación tendrá a su vez un propósito menos humanista, pero no por ello menos relevante, como será el de favorecer la inserción laboral de escritores, intelectuales y traductores catalanes que, por su condición de exiliados, se encontraban en una compleja situación socio-económica.

La primera proyección de la colección estipulaba la publicación de doce libros durante el primer año, con periodicidad mensual. Desafortunadamente, y por cuestiones económicas el proyecto no logra cumplir sus objetivos, pero sí se publicarán seis libros en el período de dos años, entre noviembre del 39 y noviembre del 41²⁸.

Finalmente, quisiéramos cerrar este apartado haciendo una breve reflexión sobre la producción global de Francisco Madrid en el exilio, una producción que, debido a sus características y vastedad, se hermana con la de otros compatriotas españoles exiliados.

²⁸ Se listan a continuación los libros publicados:

1. *Sense retorn* de Xavier Benguerel
2. *Tres a la reraguarda* de Cesar August Jordana
3. *El perfecte dandi* de Pere Coromines
4. *Els darrers dies de la Catalunya Republicana* de Antoni Rovira i Virgili
5. *Nabí* de Josep Carner
6. *Ombres entre tenebres* de Manuel Valldeperes

Madrid será en la Argentina traductor, periodista, ensayista, novelista, dramaturgo, guionista, crítico teatral y cinematográfico, trabajará como secretario en la embajada española, será editor, escribirá radioteatros y participará en el programa radial *Habla España*. Esta enorme lista de trabajos que el escritor catalán lleva adelante en su exilio argentino da cuenta, por un lado, de la precariedad económica en que se encontraba Paco Madrid, situación que, como hemos mencionado afecta a buena parte de los republicanos exiliados.

Por otro lado, esa dilatada y variada producción señala una gran inquietud intelectual, un afán constante de producir, entender y alzar la voz para manifestar lo que creía y pensaba, posibilidad que estaba dada aquí, en la Argentina, el Uruguay, México o Chile, pero no en la España natal de Madrid. Puede verse en el escritor catalán una necesidad casi compulsiva de hacerse oír frente a un régimen totalitario que a fuerza de censura y fusil hizo callar a miles.

Conclusiones

Cines y OtrosCines son proyectos que representan iniciativas dentro del campo editorial con particularidades que las distinguen del grueso de los emprendimientos de la industria cultural en cada una de sus épocas. Estos proyectos editoriales son ejemplos de cómo la industria editorial puede enfocarse en temáticas específicas, tal es el caso del cine, para generar contenido de calidad y fomentar el debate crítico en torno a ese campo e intervenir en él.

A lo largo de las páginas anteriores, llevamos adelante un estudio comparativo de las mencionadas publicaciones. Llegados al cierre del presente TIF, es pertinente abordar algunas conclusiones.

Los proyectos editoriales analizados se abocan a la cinematografía, si bien lo hacen desde dos épocas muy distintas (quizás el primer proyecto editorial enteramente dedicado al cine en la Argentina y uno que sigue produciendo en la actualidad) y cuentan con distinta materialidad (uno impreso y otro digital) y modos de circulación.

Las mencionadas diferencias podrían llevarnos a pensar en publicaciones muy lejanas una de la otra, incluso dispares. Sin embargo, del análisis llevado adelante se desprende que *Cine y OtrosCines* tienen numerosos puntos en común, lo que nos permite afirmar que ambos proyectos fueron ideados no sólo con una mirada sobre el cine y la cultura en común, sino también con metas editoriales y modos de organización similares.

Tanto *Cine* como *OtrosCines* son publicaciones culturales que posan su mirada sobre objeto en particular: el cine. A su vez, comparten una meta fundamental: otorgar profesionalismo y rigor a la crítica y la crónica cinematográfica en tiempos en los que carecían de reconocimiento.

Cine buscaba establecer un estándar de calidad en el abordaje de la cinematografía a inicios del proceso de profesionalización de un periodismo dedicado al séptimo arte. En este sentido adquiere particular relevancia el hecho de que sus creadores, Francisco Madrid y Manuel Peña Rodríguez, hayan sido miembros fundadores de la Asociación de Cronistas Cinematográficos de la Argentina en 1942²⁹. Por su parte, *OtrosCines* aspira a revitalizar la

²⁹ Esta asociación es la que otorga, aun en la actualidad, el reconocimiento más prestigioso del cine nacional, los Premios Cóndor de Plata, cuya primera entrega tuvo lugar en 1943.

profesión en una era en la que su prestigio se ha visto eclipsado por nuevas formas de abordar el cine y la crítica (Muñoz Fernández, 2014)³⁰. Ambas publicaciones hacen uso de las ventajas que les proporciona la época en la que se publican para alcanzar las metas que, como apuestas editoriales, se propusieron. Recordemos que *Cine* se publica en la edad de oro de las industrias editorial y cinematográfica en Argentina; allí tuvo lugar la aparición de numerosas publicaciones y empresas editoriales, al mismo tiempo en el que el cine nacional llenaba las salas aquí y en el exterior. Por su parte, *OtrosCines* sabe utilizar las herramientas que la era digital brinda, lo que le permite no sólo llegar a un público potencial numeroso³¹, sino también estar constantemente en actualización, participando activamente de lo que acontece en el mundo del cine.

Por otro lado, en el contexto de la industria editorial, donde la rentabilidad es un objetivo clave, algunas decisiones de *Cine* y *OtrosCines* van en contra de esta lógica económica.

Cine se concebía como un proyecto enfocado en la calidad editorial y no en pura rentabilidad, mientras que *OtrosCines* eligió deliberadamente una estética y formato que priorizan un contenido valioso por encima de la indexación de la página lo que redundaría en un menor caudal de visitas al portal. Son estas decisiones que apuntan a darle rigor a los proyectos editoriales y que los convierte en iniciativas atractivas para el público interesado en el cine e incluso para los propios cineastas quienes participan en las publicaciones.

Como vimos, tanto *Cine* como *OtrosCines* se distancian de los objetivos comerciales y de rentabilidad propios de una empresa editorial convencional. Estos proyectos, aunque no representen el sustento principal de sus responsables, reflejan una búsqueda personal y una apuesta por la independencia, la creación de un producto valioso y la aspiración de perdurar en el tiempo.

En esta misma línea, es importante destacar que, en el ámbito de la industria editorial, la publicidad juega un papel fundamental, se trata de un recurso importante y está estrechamente ligado al que suele ser el objetivo central de las publicaciones: dar con un producto rentable. En el caso de *Cine* y *OtrosCines*³², la publicidad se relaciona

³⁰ En uno de sus últimos *newsletters* Diego Batlle propone pensar el lugar de la crítica cinematográfica en un momento en el que tanto estudios como público otorgan un espacio privilegiado a la opinión de los *influencers* en lo que respecta al cine (Batlle, 2024).

³¹ Entre sus redes sociales, *OtrosCines* cuenta con aproximadamente 100.000 seguidores.

³² Es pertinente señalar que al acceder al portal pueden verse *banners* con publicidad no ligada al cine, se trata de los anuncios que coloca el host de la página. Al utilizar un bloqueador de publicidad, estos desaparecen

directamente con la temática de la cinematografía, dejando de lado posibles auspiciantes que no estén vinculados a ese campo. No pareciera, en principio, interesarles entablar relaciones con campos ajenos al del cine y el editorial, podemos pensar que en cierta medida sacrifican una mayor afluencia de fondos en favor de contar con el total control de producto. Esto tiene que ver, como afirma Batlle y como podemos inferir de textos programáticos en *Cine*, con que se trata de proyectos personales y la decisión editorial en ambos casos fue la de ponderar el producto por sobre la ganancia³³. Conviene mencionar aquí, como se ha hecho previamente, que, teniendo en cuenta la especificidad de las publicaciones, no es extraño que sean los rubros estrechamente ligados al cine los que mayoritariamente se interesen en publicitar sus productos allí.

Conviene mencionar en este punto una diferencia entre ambos proyectos, referida al volumen de recursos humanos y financieros de cada uno.

Cine, como un producto masivo, contaba con firmas destacadas, traducciones de textos del exterior y financiamiento para impresión, distribución y publicidad. En contraste, *OtrosCines* es un proyecto más pequeño, con un equipo reducido.

En este sentido, serán las nuevas tecnologías aquello que permitan a proyectos como *OtrosCines* tener un alcance significativo, algo que era prácticamente imposible de lograr en la época de *Cine*. Como hemos visto previamente, este cambio tecnológico y material ha influido en la forma en que se crea, gestiona y se difunde el contenido editorial. Otra ventaja central del crecimiento de la virtualidad tiene que ver con las herramientas que otorga para medir el tráfico de visitantes, suscriptores, lectores, interacciones en redes, etc., información sumamente importante para analizar los alcances de un proyecto y delinear estrategias de captación de público. En la época de *Cine*, obtener este tipo de información era muy complejo, sumado a las dificultades que conllevaba la distribución del material. La tecnología sortea en buena medida estas dificultades y permite un acercamiento, virtual por supuesto, entre el lectorado y las publicaciones.

En este sentido, *OtrosCines* fomenta la interacción con sus lectores a través del diálogo en el portal, los cursos de formación virtuales y las redes sociales. Este interés por oír al

quedando sólo la publicidad estrictamente ligada a la cinematografía, es decir, esta forma parte del diseño del portal.

³³ Cabe aclarar que tanto los responsables de *Cine* como de *OtrosCines* contaban con otros trabajos que les facilitaban el sustento. No son idealistas ajenos a la realidad socioeconómica, pero en estos proyectos ponen especial cuidado en las formas y el contenido.

público lector también está presente en *Cine*, publicación que da lugar al debate a partir de cartas de lectores e incluso notas.

En ambas publicaciones podemos leer idas y vueltas entre lectores, periodistas y los propios cineastas. Es decir, ambos proyectos toman la decisión de dar lugar en sus páginas a debates referidos especialmente a la industria nacional. La temporalidad, por supuesto, se ve afectada por la materialidad de cada publicación. Mientras que *Cine* –cómo periódico quincenario– construye número a número estos diálogos, *OtrosCines* se permite un diálogo casi en vivo entre quienes participan y leen en el portal. Paradójicamente, esto parecería favorecer una mayor trascendencia de estos debates en la publicación en papel analizada dado que tienen lugar a lo largo de varios números –es decir un mes o más–, en cambio la inmediatez de la virtualidad empuja a los diálogos que tienen lugar en el portal de Batlle a darse en un lapso de tiempo no demasiado amplio y siempre cercano al presente, favoreciendo –claro está– la interactividad.

Las características propias de cada publicación también se ven reflejadas en cómo cada una construye su propia identidad visual. *Cine* hace uso de una planificación meticulosa a lo hora de presentar sus distintos números, permitiéndose jugar con ilustraciones, fotografías, la distribución de la información, diversos tamaños y fuentes en sus titulares, entre otros recursos lo que hace que cada número presente una personalidad estética propia sin desatender a ciertas estructuras impuestas tanto por la propia materialidad de un periódico impreso como por decisiones editoriales que construyen un modo de ser, una identidad que guía sus 31 números.

En este sentido, *OtrosCines* presenta una estética algo menos innovadora en lo que refiere a la presentación de las notas y análisis, sin embargo, hace uso de los recursos propios del mundo digital para ofrecer un producto multimedial que trasciende el dominio otrosines.com para vincularse tanto con otros sitios como con otros formatos, por ejemplo, en lo que respecta a la inclusión de videos, podcast, secciones de comentarios, hipervínculos a otros portales, etc.

Acercándonos al cierre de estas conclusiones, podemos afirmar que estos proyectos representan una apuesta por la calidad, la independencia y la creación de un producto editorial valioso, a pesar de ir a contracorriente de los objetivos meramente comerciales. Si volvemos aquí a las funciones del editor (política-cultural, empresarial-administrativa y

técnica-organizativa) (Kloss en Villar, 2006), puede observarse que, en cierta medida, ambas publicaciones centran sus esfuerzos en la primera y la tercera, preocupándose sólo lo estrictamente necesario en el aspecto financiero, o, dicho de otro modo, su objetivo final no es puramente económico. Ambos proyectos parecen coincidir con la idea de Esteves Fros y Vanzulli (2002, p. 36), que sostiene que en las decisiones de los editores muchas veces prevalecen las preferencias literarias (y cinematográficas) por sobre las motivaciones comerciales. En este sentido, es pertinente recordar la reflexión de Bourdieu sobre la figura del editor como el dios romano Jano, aquel con dos caras, dando cuenta de la dualidad de quien debe atender a “las aptitudes propiamente literarias de quien sabe ‘leer’, y las aptitudes técnico-comerciales del que sabe ‘contar’” (2000, p.243). A este respecto, si bien los responsables de las publicaciones estudiadas son conscientes de que uno debe “saber contar” para llevar adelante un proyecto editorial, el énfasis está puesto en ese “saber leer”, prestando particular atención al contenido de lo que publican.

Finalmente, quisiéramos destacar que ambos proyectos trabajan sobre lo coyuntural buscando incidir en un campo, el de la cinematografía, en dos momentos diferentes pero igualmente cruciales de la producción filmica argentina. Ese carácter coyuntural está también vinculado con decisiones centrales que, como emprendimientos editoriales, debieron tomar, nos referimos al modo de intervención que se proponen: un quincenario a precio popular y una página web de acceso gratuito.

En el caso de *Cine* el principal problema sociopolítico que se hace presente en sus páginas es el de la escasez de película virgen para filmar. Esto afecta fuertemente a la industria cinematográfica y, dado que esta es la razón de ser de la publicación, también al propio periódico. Como hemos visto, este inconveniente será especialmente sensible para *Cine* y se bregará por una resolución rápida a fin de cuidar la industria cinematográfica nacional, industria de la que los miembros de la publicación forman parte no solo como periodistas o cronistas, sino como creadores en diversos roles. De este modo, hay una deliberada toma de posición en defensa del cine argentino en un contexto sociopolítico de gran complejidad.

Por su parte, *OtrosCines* está constante atento a lo que acontece en el presente de la cinematografía nacional. Al ser una publicación que perdura en el tiempo desde 2007, se ha visto atravesada por diversas realidades del cine nacional, éxitos de taquilla y crítica,

problemas para acceder al mercado exterior, grandes presupuestos y desfinanciamiento, auges y caídas. En todos estos casos, el portal de Diego Batlle ha alzado su voz siguiendo el mismo fin que el periódico que estuviera a cargo Manuel Peña Rodríguez y Francisco Madrid, defender al cine argentino.

Bibliografía

- “Altavoz” (19 de junio de 1942). *Cine*, año I, núm. 1, p. 2.
- (11 de julio de 1942). *Cine*, año I, núm. 2, p. 2.
- Angosto Vélez, P.L. (2006). “Francisco Madrid” en J. C. Sánchez Illán (dir.), *Diccionario biográfico del exilio español de 1939. Los periodistas*, pp. 373-374. Fondo de Cultura Económica.
- AA.VV. (1939). “Sota el Patrocini de la Revista ‘Catalunya’”, *Catalunya*, Año X, N° 102, mayo de 1939, p. 29.
- Battle, D. (2022, agosto). Comunicación personal.
- (2024, octubre). “El auge de los influencers de cine: mitos y verdades”. *Newsletter de OtrosCines*.
- Bergero, F. (2013). *Pactos de lectura en sitios de noticias digitales. Desencuentros en la red*. [Tesis de maestría]. FPyCS-UNLP.
- Botto, M. (2014). “1990-2010. Concentración, polarización y después”, en *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*, De Diego, J. L. (dir.), pp. 219-271. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- (2000). “Una revolución conservadora de la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, pp. 223-264. Eudeba.
- Bruzzoni, M. (2014). “Proyectos editoriales de Francisco Madrid en la Argentina”, *III Congreso Internacional de Literatura y Cultura Españolas Contemporáneas. Diálogos transatlánticos: puntos de encuentro*, 8, 9 y 10 de octubre de 2014, La Plata, Argentina. Disponible en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.7439/ev.7439.pdf
- (2015). “Cine, teatro y prensa en la trayectoria de un exiliado republicano en Argentina. Entrevista con Nuria Madrid, hija de Francisco Madrid”. *Olivar. Revista de Literatura y Cultura Españolas*, 16(23). Disponible en: <https://www.olivar.fahce.unlp.edu.ar/article/view/Olivar2015v16n23a08>.

- Bustamante, E. (2008). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación – Industrias culturales en la era digital*. “Introducción” y “Conclusiones”. Gedisa.
- Calvache, M. B. y Tufiño Villacrés, D. (2022). “América del Sur: Un imaginario construido por Disney. El caso de *Saludos amigos*”. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (6), 143–157. <https://doi.org/10.32719/26312514.2022.6.10>
- Campero, A. (2009). *Nuevo Cine Argentino. De Rapado a Historias extraordinarias*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.
- Carter, B. G. (1959). *Revistas Literarias de Hispanoamérica. Breve Historia y contenido*. México: Ediciones de Andra.
- Caudet, F. (2005). *Hipótesis sobre el exilio republicano de 1939*. Madrid: Cátedra.
- Cebas, B. (2011). *El cine en la era digital: nuevos modelos de financiación y distribución*. [Tesis de maestría]. Londres: University of arts.
- Chartier, R. (2005). *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona: Gedisa.
- “Cine cumple su primer aniversario” (18 de junio de 1943). *Cine*, año II, núm. 24, p. 1.
- Cortès, J. (2010). “Francesc Madrid: vida, periodisme i literatura” en F. Madrid, *Sang a les Drassanes*, pp. 145-200. Barcelona: Acontravent.
- Delgado, V. (2014). “Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas” en Delgado, V.; Mailhe, A. y Rogers, G. (coords.) *Tramas impresas. Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*, pp.11-25. La Plata: FaHCE-UNLP.
- De Diego, J. L. (2000). “Relatos atravesados por los exilios”, en Drucaroff, E.(dir.). *Historia crítica de la literatura argentina*. Vol. 11. *La narración gana la partida* (pp. 431-458). Buenos Aires: Emecé.
- (2014). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- De Sagastizábal, L. (1995). *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*. Buenos Aires: Eudeba.
- Di Núbila, D. (1959). *Historia del cine argentino I y II*. Buenos Aires: Cruz de malta.

- Espósito, F. (2010). “Los editores españoles en la Argentina: redes comerciales, políticas y culturales entre España y la Argentina (1892-1938)”, en C. Altamirano (ed.), *Historia de los intelectuales en Latinoamérica II*, pp. 515-536. Buenos Aires: Katz.
- Esteves Fros, F. y Vanzulli, J. (2002). “Administración de una empresa de cultura” en Esteves Fros, F., de Sagastizábal, L. y Caballenas, A.M. (coords.) *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*. Paidós.
- Eujanian, A. (1999). *Historia de revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.
- Fernández, A. (2011). “La revista ‘Catalunya’ de Buenos Aires, el exilio y la colectividad inmigrada (1927-1964)”. En Barrio Alonso, A., de Hoyos Puente, J., Saavedra Arias, R. (eds.) *Nuevos horizontes del pasado. Culturas políticas, identidades y formas de representación*. Santander: Ediciones de la Universidad de Cantabria. Disponible en: <http://docplayer.es/13665438-La-revista-catalunya-de-buenos-aires-el-exilio-y-la-colectividad-inmigrada-1927-1964.html>
- Garzón, R. (2019). *La era digital como mecanismo evolutivo en la producción cinematográfica. La convergencia en el rodaje y la postproducción*. [Trabajo final de grado]. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc////////proyectorgraduacion/archivos/5193.pdf
- Gerhardt, F. (2017). “Literatura, crítica y mercado del libro en De Mar a Mar (1942-1943): una lectura de la revista a la luz de las conexiones editoriales del exilio gallego en la Argentina”, *Madrygal. Revista de Estudios Gallegos*, 20, pp.135-146.
- (2019). “Decir (en) el exilio en el siglo XX: cuestiones terminológicas, literarias y editoriales. Aproximaciones con vistas al exilio de la Guerra Civil española”, *Tempo*, vol. 25, nro. 9, pp. 411-429. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/tem/a/9mVWvVYkb7YcftStdBqJcbh/?lang=es#>
- Giordano, C., Souza, M. S. y Vidarte Asorey, V. (eds.) (2011). *Cuestiones de la sociedad de la información, sociedad de la comunicación y sociedad del conocimiento. Viejas y nuevas tecnologías*. La Plata: Question-Ediciones de Periodismo y Comunicación.

- Giuliani, A. (2018). *Editores y política. Entre el mercado latinoamericano de libros y el primer peronismo (1938-1955)*. Buenos Aires: Tren en movimiento.
- Hafter, L. (2012). *La presencia del cine en las literaturas hispánicas de comienzos del siglo XX* [Tesis de doctorado]. FaHCE-UNLP. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/30877>
- Jódar, J. (2015). “La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales”, *Razón y palabra*, núm. 71. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- Jornet, C. (2006). *Gestión periodística. Herramientas para lograr un periodismo efectivo y de calidad*. Prometeo libros.
- Krieger, C. (2014). “Estudios sobre cine clásico en Argentina: de la perspectiva nacional a la comparada”. En: *AdVersus*, XI, 26, 133-150. <http://www.adversus.org/indice/nro-26/dossier/XI2609.pdf>
- Lafleur, H., Provenzano, S. y Alonso, F. (2006). *Las revistas literarias argentinas (1893-1967)*. Buenos Aires: El 8vo. Loco.
- Loedel Rois, G. (2012). *Los traductores del exilio republicano español en Argentina*. (Tesis doctoral). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- López, J. M. (2011, agosto). “Las posibilidades de la crítica digital”, *Transit*. Disponible en: <http://cinentransit.com/critica-digital/>
- “Lumiton tendrá que cerrar sus estudios” (20 de agosto de 1943). *Cine*, año II, núm. 28, p.1.
- Lusnich, A. L y P. Piedras (eds.) (2009). *Una historia del cine político y social en Argentina (1896–1969)*. Buenos Aires: Nueva Librería.
- Macciuci, R. (2011). “Intelectuales españoles en el campo cultural argentino. Francisco Ayala, de Sur a Realidad (1939-1950)”. En Pagni, A. (Ed.) *El exilio republicano español en México y Argentina. Historia cultural, instituciones literarias, medios*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert-Bonilla Artigas Editores, 159-188.
- Madrid, F. (1944). “Epílogo” en D.A. Spencer y H.D. Waley, *El cine al día* (pp. 229-259). Buenos Aires: Editorial Nova.
- (1945). *Cine de hoy y de mañana*. Buenos Aires: Poseidón.
- Madrid, N. (2018). Comunicación personal.

- Makón, A. (2004). "Métodos comparativos en ciencias sociales: algunas reflexiones en relación a sus ventajas y limitaciones", VI Jornadas de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Martínez, C. (1959). *Crónica de una emigración: [la cultura de los republicanos españoles en 1939]*. México: Libro Mex.
- Mateu, C. (2008). "La producción cinematográfica en un país dependiente. Desarrollo cinematográfico argentino en las décadas del 30 y 40". XXI Jornadas de Historia Económica. Caseros, 23-26 de septiembre.
<http://xxijhe.fahce.unlp.edu.ar/programa/descargables/Mateu.pdf>
- Muñoz Fernández, H. (2014, noviembre). "La crítica digital en la era poscinematográfica", *Revista caracteres*, vol. 3, núm. 2. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4952061>
- Ortuno Martínez, B. (2010). El exilio y la emigración española de posguerra en Buenos Aires, 1936-1956 (tesis doctoral). Alicante: Universidad de Alicante.
- Osuna, R. (2004). *Las revistas literarias. Un estudio introductorio*. Universidad de Cádiz.
- Pimentel, M. (2007). "¿Qué es un editor?", en *Cómo funciona la moderna industria editorial*. España: Berenice.
- Rivera, J. B. (1998). *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires: Atuel.
- (2006). *El periodismo cultural*. Barcelona: Paidós.
- Rost, A., Bergero, F. (2016). "Argentina". En Salaverría, R. (coord.). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. España: Editorial Ariel. Disponible en: http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicacioneslistado/pagina-item-publicaciones/itempubli/479/
- Sarlo, B. (1992). "Intelectuales y revistas: razones de una práctica". *Le discours culturel dans les revues latino-américaines (1940-1970)*. *América-Cahiers du CRICCAL* n° 9/10, pp. 9-16.
- Sharpe, L. & Gunther, I. (2005). *Manual de edición literaria y no literaria*, pp. 1-12. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schwarzstein, D. (2001). *Entre Franco y Perón. Memoria e identidad del exilio republicano español en Argentina*. Barcelona: Crítica.

- Tarcus, H. (2020). *Las revistas culturales latinoamericanas. Giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles*. Tren en movimiento.
- “Territorios reales y potenciales del cine argentino” (14 de diciembre de 1942). *Cine*, año I, núm. 12, p. 5.
- Villar, B. (2016). “El editor y su quehacer”, en Rogovsky, C. *Versiónfinal.doc*, pp. 24-25. La Plata: EDULP.
- Williams, R. (1994). *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós.
- Zuleta, E. (1991). “Los exiliados españoles en las revistas literarias argentinas”, en Sánchez Albornoz, N. (ed.), *El destierro español en América. Un trasvase cultural*, pp. 183-188. Madrid: Siruela-Instituto de Cooperación Iberoamericana.
- (1999). *Espanoles en la Argentina. El exilio literario de 1936*. Buenos Aires: Atril.