

Hablando de cine, el papel de las revistas cinematográficas

Gloria Gómez-Escalonilla
Universidad Rey Juan Carlos, España

Abstract

Watching movies can be something more than watching a movie, so that the film experience is more complete, you have to read movies, because those words written and read teach you to watch. For that, the cinematographic journalism arises, that not only gives account of the surroundings of the cinema, also analyzes and interprets the films. They are not good times for film journalism, because of the crisis of journalism and the multiplication of voices promoted by the Internet. But the existence of professional criticism and film magazines is still necessary, due to its popularizing role and its potential so that the public can see and understand the film.

Keyword: Cinematographic Journalism, Film Magazine, Review, Interpretation, Journalism Crisis

Introducción

Ver cine puede ser algo más que ver una película, para que la experiencia cinematográfica sea más completa, hay que leer cine. A la hora de decidir qué película ver, el espectador interesado investiga, pregunta, lee críticas para que su decisión sea más acertada. Pero no solo para elegir la propuesta que más se acerque a sus intereses y expectativas, sean cuales fueren, esa información previa también le puede servir para agudizar su mirada, porque esas palabras de cine contadas y leídas, le enseñan a mirar. Hay también quienes después de ver la película buscan otras posibles interpretaciones para confrontar puntos de vista, con otras miradas y propuestas que rememoren la experiencia y le permita seguir disfrutando el film.

Para ello surge el periodismo cinematográfico. La peculiaridad de esta especialización que, como otras, tiene sus propias rutinas y características, responde al cometido que se le atribuye, porque el periodismo cinematográfico no solo se fundamenta en dar cuenta del entorno en el que se desarrolla el cine, su cometido esencial es interpretar. La crítica cinematográfica, su género principal, analiza y valora el film.

Pero hoy surge el debate sobre el lugar de la crítica periodística al tiempo que se desprestigia su papel. No ayuda el límite difuso de este género periodístico con otras prácticas de ver y hablar de cine, prácticas que no llegan al nivel y que se han generalizado con la democratización de la red, pero también difusa su distinción de otras prácticas de análisis fílmico que desbordan el nivel de la crítica. A pesar de estos intentos por denigrar su cometido, para el público sigue siendo el género más importante, aunque ello conlleve los intentos de la industria por su control.

A ello se une la crisis del periodismo, que hace peligrar no solo un periodismo independiente, también

un periodismo de calidad. Por ello, hoy más que nunca hay que reivindicar el periodismo cinematográfico, revalorizar su papel y considerarlo como un elemento más, necesario y vital, para mirar y entender el film.

Periodismo cinematográfico

Aunque definir el periodismo cinematográfico parece una tarea fácil, pues comprende el conjunto de medios de comunicación que tienen como ámbito de referencia el cine, una aproximación más rigurosa advierte que tal labor es realmente compleja, fundamentalmente por la naturaleza “líquida” que ha adquirido el fenómeno de la comunicación. En las sociedades actuales, caracterizadas por ser precisamente sociedades de la información, la comunicación ha excedido los límites tradicionales invadiendo y extendiéndose por toda la sociedad. El cine, como parte del fenómeno comunicativo, no es ajeno a este proceso, y también son difusos sus límites con respecto a otras prácticas o a otros fenómenos. La facilidad con la que las tecnologías están haciendo accesible la difusión de la comunicación también ha permitido que el periodismo vea difuminadas y usurpadas sus funciones, y ya se habla de un periodismo ciudadano que bajo el disfraz de la democratización social desdibuja la esencia de la profesión. A la postre, hablar de periodismo cinematográfico hoy es hablar de una variedad mediática sin igual, donde la multiplicaciones de voces y su disparidad no se corresponde necesariamente con la calidad de la información que se traslada.

La primera tarea para definir el periodismo cinematográfico y poner orden en esta diversidad mediática es diferenciar lo que no es. Pues bien, el primer criterio excluyente que se maneja es el que atiende a la propiedad del medio. En el periodismo se exige la independencia, lo cual solo se garantiza si se es una entidad mediática. El medio puede ser de titularidad pública o privada, pero no debe ser parte u órgano de expresión de una empresa o institución. Esta distinción es importante hablando de periodismo cinematográfico porque hay instituciones de cine que editan medios de comunicación que versan sobre cine, incluso su alta calidad les hace gozar de cierto prestigio, baste como ejemplo en España la revista *Academia*, publicada por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, donde se reseña y analiza el cine español. Al ser un medio institucional, no podría considerarse perteneciente al sector mediático, porque en la selección y en los contenidos primarán los intereses de la institución.

Otra distinción excluyente de lo periodístico lo constituyen los medios que abordan el cine desde otras perspectivas diferentes a la periodística, tratándolo como objeto de estudio. Son los llamados medios especialistas. En esta clasificación se pueden incluir medios que investigan el cine desde

presupuestos científicos, dirigiéndose a la comunidad académica o especializada en estas cuestiones con críticas, ensayos o artículos de investigación sobre fenómenos fílmicos. Serían ejemplo en España la revista *Fotocinema*, de la Universidad de Málaga; *Revista de cine, imagen y ciencia*, de la Asociación Española de Cine e Imagen Científicos; la revista *Secuencias*, de la Universidad Autónoma de Madrid o *L'Atalante*, de Valencia.

Esta distinción es importante porque existe cierta confusión mal entendida entre la crítica cinematográfica y la científica, y es que los académicos utilizan la hermenéutica y la interpretación en sus análisis fílmicos, que son también las herramientas de la crítica periodística. Pero el utilizar la interpretación para la valoración del film no hace de estas prácticas de análisis fenómenos iguales, porque el nivel de profundización y análisis es distinto, como también lo es el bagaje epistemológico y analítico del crítico que enriquecerá la lectura de la película con propuestas diferenciadas si lo hace desde el periodismo o desde la ciencia, y diferente también es el público al que se dirige, más selecto y especializado en el caso de la crítica académica, más generalista en el caso de la crítica periodística.

Oviamente la crítica periodística se sitúa a un nivel por debajo de lo que es propio de la crítica científica, pero el purismo académico interpreta este nivel inferior como muestra “de degradación y decadencia artística” (Blanco, Costa y Adalaid, 2013) hasta el punto de que hay posiciones a favor de que los críticos periodísticos de cine sean denominados reporteros de cine, dejando el nombre de crítico para los académicos. Pero que los académicos puedan hacer crítica no significa que los periodistas especializados no la puedan hacer. Hay diferentes niveles de análisis de un film y la crítica cinematográfica tiene el nivel adecuado para dirigirse al gran público, para conectar a los espectadores con el visionado del film.

Y si el público al que se dirigen distingue las revistas de cine académicas de las periodísticas, también el tipo de público excluye del sector periodístico otro conjunto de medios de comunicación que toman como ámbito de referencia el cine, pero tratándolo desde el punto de vista profesional. Y es que existe un elenco de medios que tienen como público objetivo los profesionales que trabajan en el ámbito cinematográfico y más que medios periodísticos, se les define como medios sectoriales. Así por ejemplo se encuentran en España *Videopopular*, *Cine informe*, *Camera & Light* o el portal *Panorama audiovisual*.

Estos casos no representan el periodismo cinematográfico, como tampoco lo representan aquellas voces que están surgiendo en el universo digital y que no siguen las rutinas básicas del periodismo profesional, porque simplemente con hablar de cine no se hace periodismo cinematográfico. Los medios tienen la labor de seleccionar, procesar y difundir información sobre los hechos novedosos y de interés que ocurren en el ámbito cinematográfico. Pero en el mundo del cine pasan muchas cosas, y el periodista tiene una primera misión de realizar

una labor de selección y jerarquización de lo más importante, pues son los administradores de la notoriedad. Seleccionan lo que se tiene que conocer y lo hacen siguiendo unos criterios objetivos, o cuanto menos objetivables, que tienen que ver con el interés público y del público. Además, tienen la misión de contar esos hechos relevantes de una forma clara y accesible para la sociedad, utilizando un lenguaje y un discurso que sea comprensible para todos los tipos de públicos a los que pueda llegar, cumpliendo una labor de divulgación sin igual. Para ello existe una profesión que establece las normas, los géneros y estilos, los formatos que mejor se adecúan a los diferentes tipos de contenido, y un profesional que aplica su conocimiento y “background” garantizando la calidad del proceso.

Esta actividad puede realizarse desde el periodismo generalista, destinando un espacio al cine. Es lo que pasa en la sección de cine de los diarios de información general, donde cotidianamente se informa de lo novedoso acontecido en este ámbito, que suelen ser las películas que se estrenan. También hay espacios especializados en la radio y la televisión. De este modo, en la radio española están *De cine*, *De película* o *Va de cine* en Radio Nacional de España, el programa *Séptimo vicio*, en Radio 3, *La Claqueta* en Radio Marca o *La Script* en La Ser. En la televisión española el programa más emblemático es *Días de cine*, un magacín centrado en la actualidad cinematográfica nacional e internacional y en antena desde 1991.

A pesar de estos espacios y otros muchos que han surgido en el espacio virtual, los medios que el público prefiere para informarse de las películas son las revistas de cine.

Revistas cinematográficas

Las revistas son, en general, el soporte principal del periodismo especializado, y también del periodismo especializado en cine, así lo señala Concha Edo (1999): “el sector estrella de la especialización es el de las revistas, un auténtico mosaico de temas diferentes que abarcan todos los aspectos de la vida social”.

A pesar de que el elemento tradicional distintivo de las revistas era su soporte impreso, la revolución digital ha trastocado esta definición, estableciendo su distinción no tanto en su materialidad o soporte, sino en su periodicidad. Comparte, como el periódico, “una concepción del tiempo que incorpora la cotidianidad como elemento común con los lectores” (Ovares, 2004), pero esa cita es también lo que le distingue del periódico, pues en vez de una cita diaria, las revistas suelen tener una periodicidad más amplia, habitualmente la mensual. Pero la periodicidad no es el único elemento diferencial con respecto a los diarios pues, frente a la narración de los hechos y acontecimientos, las revistas ofrecen un sitio preferencial a la interpretación de lo que tratan.

Además de los objetivos informativos o interpretativos, las revistas “tenden a construir una comunidad de lectores que imagina y comparte

ciertas nociones acerca de múltiples aspectos de la identidad” (Ovares, 2004), estableciendo un vínculo con su audiencia. Pero las revistas también materializan ciertas inquietudes y anhelos culturales, visualizan el imaginario cultural, la riqueza de puntos de vista, son expresión de las voces de la gente que se difunden en busca de un sentimiento compartido. Pueden considerarse, en definitiva, como termómetros del “sustrato cultural de un país” (Riera, 1996), tan necesarios, señala este autor, como la poesía o el teatro experimental.

Pero esta dimensión ideal, en cuanto tiene de idílica e inmaterial, que guía y persigue, al menos teóricamente, el papel de las revistas, choca con una realidad tozuda cargada de exigencias materiales. Publicar exige una infraestructura mínima que asegure no solo la materialidad de la publicación: contenidos, colaboradores, impresión... también la puntualidad en la salida. Además, llegar a la gente exige una infraestructura de distribución compleja. Todo ello requiere una inversión económica, la constitución de una empresa y ciertos mecanismos de retorno. Pero la industria cultural es, por definición, difícil de rentabilizar, lo que sitúa a este sector en una problemática constante. Ya “desde sus orígenes, en el pasaje del siglo XIX al XX, las revistas españolas dedicadas al pensamiento y al ámbito de la cultura han debido enfrentarse al doble reto de constituirse en iniciativas económicas rentables para ser capaces de convertirse en referentes sociales” (García Leyva, 2008).

Se exige un nivel de venta que permita la solvencia económica. Pero la lectura de este tipo de publicaciones, escribe Rafael Llano, es “un hábito poco arraigado en el público español, en comparación con la costumbre de leer prensa generalista, deportiva u otro tipo de revistas” más populares (Llano, 2012). Esta escasa penetración del mercado hace que las revistas culturales cuenten con escasa tirada, escasa difusión y escasa publicidad, lo que perjudica su rentabilidad.

Ello repercute en los contenidos, pues cuanto más restringido y elevado sea el nivel de especialización, menor nivel de venta. Por ello, o bien se prioriza la finalidad económica abordando contenidos y tratamientos más accesibles y populares planteando mecanismos efectivos de ingresos económicos, o bien se prioriza la finalidad cultural buscando un mercado restringido, un público de élite, dejando en segundo nivel la búsqueda de beneficios.

Revistas de cine y revistas para cinéfilos

Esta distinción en los objetivos de las revistas ha generado dos modelos de revistas cinematográficas: el “generalista” y el “especializado”, según la clasificación propuesta por Nieto y Monterde (2018). Según estos autores, “el primero se define por su carácter misceláneo y su capacidad para tratar en el mismo espacio la reflexión profunda sobre aspectos del cine y de la cinematografía, la crítica y los chismorreos sobre las estrellas; el segundo está conformado por publicaciones que atienden prioritariamente a la crítica, al análisis fílmico, a la historia del cine o, entre

otros contenidos, a ciertos géneros cinematográficos”.

La crítica de cine en las revistas generalistas “hace emerger el objeto film y lo ubica en el mercado de consumo de bienes culturales. Para ello, no solamente da cuenta de la oferta existente en las carteleras de cine locales sino que, además, buscará provocar el consumo del film. En este sentido, pueden reconocerse también rasgos que permiten encuadrar estos textos dentro del discurso publicitario” (Callegaro, 2015). Por ello algunos autores establecen que estas revistas de cine generalistas se caracterizan por cumplir no solo un papel informativo o divulgativo, sino un fin claramente publicitario y comercial (Bordwell, 1989).

Lo cierto es que estas revistas buscan ser proyectos comerciales exitosos y la búsqueda de beneficios obliga a no comprometerse con una crítica feroz hacia la película que comentan, pues la existencia de la publicación depende de la inversión publicitaria que hacen las productoras y distribuidoras, y en un escenario caracterizado por altas tasas de concentración como es el cine, el margen de maniobra se reduce considerablemente.

El otro modelo se centra más en lo cinéfilo, en este tipo de publicaciones se toma el pulso al mundo del cine, dando cuenta no solo de la cartelera, también de los numerosos festivales donde se presentan las películas, con entrevistas a los directores y a los protagonistas de ese mundo. Pero a esta labor que informa del ámbito cinematográfico, se acompaña otra misión que trata de desmenuzar el film en un relato que va del argumento a los datos técnicos y artísticos y “ese análisis sobre la película aparece salpicada de alusiones a otras películas de ese director o a otras que, de alguna manera, están relacionadas con sus contenidos, con la vida y obra de los realizadores, directores y actores y con otros elementos que llevan a la existencia de la obra cinematográfica y que ayudan a construir el conocimiento sobre el cine” (Aguado de Cea, Álvarez de Mon Rego y Pareja-Lora, 2006). De ahí que algunos autores hayan atribuido una función performativa a la crítica de cine pues “el espacio ocupado por la crítica de las primeras décadas del siglo XX fue de los principales agentes participantes en las definiciones de la cinematografía nacional y de la industria” (Spadaccini, 2012). En definitiva, un análisis experto de la obra que valora también los aportes a la trayectoria del autor, al género y a la historia del cine.

La distinción entre revistas de cine generalistas y revistas para cinéfilos no solo afecta a los contenidos y su tratamiento, sino que también se diferencian por el tipo de cine que seleccionan y, frente al cine comercial de las revistas generalistas, las especializadas se centran en el cine de autor; las primeras tienen la mirada puesta en Hollywood, mientras que las segundas se interesan más por la idea de cine como arte, centrándose más en los autores.

También se distinguen por el público al que van dirigidas, en las revistas más generalistas prima el nivel divulgativo, informando y acercando el mundo del cine al gran público; las segundas van dirigidas a públicos más selectos, a públicos de élite, en el caso del cine, al público cinéfilo.

Las revistas en España

La relación de revistas especializadas en cine en España son abundantes desde incluso los comienzos. *El cine*, *Arte y cinematografía* y *La pantalla* son muestra de las publicaciones durante el periodo mudo. A partir de los años treinta surgen, entre otras, *Cinegramas*, *Radiocinema*, *Primer Plano*, *Cinema Universitario*, *Objetivo*, *Film Ideal*, *Nuestro Cine*, *Cineinforme*, *Contracampo* y un largo etcétera. De hecho Nieto y Monterde (2018) han localizado dos mil cabeceras publicadas entre 1910 y 2010, un siglo de revistas cinematográficas que evidencian el interés del público sobre el celuloide.

Un interés que se mantiene en la actualidad, no en vano el cine en España tiene su importancia. Más de 700 salas, más de 3.500 pantallas, más de 1.600 películas proyectadas, más de 100 millones de espectadores y más de 600 millones de euros de recaudación en taquilla son cifras que mueven una industria, un público y un arte que se debate entre el mercado y la dimensión más cultural. Y esta doble dimensión entre la cara más artística y cultural del cine y la dimensión más comercial también se reproduce en el sector de las revistas sobre cine. De este modo, conviven publicaciones de tipo generalista con publicaciones para cinéfilos.

Entre las publicaciones generalistas se encuentra *Fotogramas*, la revista decana de las revistas de cine en España, que fue creada en 1946. En la época franquista sufrió censuras e incluso el secuestro de las publicaciones. También desapareció momentáneamente en los ochenta pero consecuencia de altibajos en el modelo de gestión que llevó a que el grupo Hachette primero y el grupo Hearst Magazine después se hicieran con su control. Cuenta con una tirada de 75.868 ejemplares y una difusión controlada por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) de 44.905 ejemplares. También entre las generalistas está *Cinemanía*, que fue creada en 1995 y hasta 2015 pertenecía al grupo Prisa, editora de *El país*, pero con la crisis ha pasado a manos de Unidad Editorial, editora de *El mundo*. En 2018 pasa al grupo Henneo. Tiene una tirada de 35.170 ejemplares y una difusión de 17.366 según el OJD. La más popular y divulgativa de las tres es *Acción*. *Tu revista de cine*. *Cine Video Tele* con una tirada de 24.043 ejemplares y una difusión de 11.757 (OJD, 2018).

Entre las revistas para cinéfilos actualmente en el mercado español se encuentra *Dirigido por*, fundada por Edmond Orts en 1972, donde se combina el cine clásico y el moderno y la crítica de alto nivel con información de actualidad. Publica también *Imágenes de actualidad*, revista mensual más informativa y comercial, centrándose en la cartelera. También para cinéfilos está *Caimán*, *cuadernos de cine* que fue, hasta 2012, la versión española de *Cahiers du cinema*, analizando con profundidad y conocimiento la cartelera cinematográfica actual, al estilo de las revistas más prestigiosas: *Sight & Sound* (Londres), *Film Comment* (Nueva York) o *Positif* (París).

El impacto de la revolución digital

Cinco revistas luchando por su solvencia económica sin perjudicar demasiado su prestigio evidencian el estado de salud del periodismo cinematográfico en la actualidad, una situación que, como en el caso del cine, y aun del periodismo, no es demasiado boyante, aunque tampoco terminal. Al menos de momento, porque este escenario se puede agravar por los efectos del impacto de la digitalización y las nuevas redes.

Las revistas culturales, frente a otros productos, son contenidos susceptibles de digitalizarse y subirse a la web, y así ha sucedido en un doble sentido: revistas impresas que se vuelcan, en todo o en parte, a la red y revistas u otros sitios que se crean directamente en Internet, como *La butaca*, *Filmaffinity*, *El séptimo arte* y un largo etcétera. En ambos casos, el escenario virtual introduce elementos positivos y también ciertos aspectos negativos, impactando en todo caso en la configuración del sector. En primer lugar porque la digitalización y distribución por Internet reduce los costes materiales, al no implicar la impresión de la revista y evitar la distribución. Este menor coste, complementado con la facilidad de las nuevas tecnologías, ha reducido notablemente las barreras de entrada, lo cual facilita la diversidad de voces y de medios, pero incrementa la competencia. La red también posibilita una distribución punto a punto, permitiendo una segmentación más precisa del público y un acceso directo al nicho. Sin embargo, la multiplicación de sitios específicamente cinematográficos, y la anarquía intrínseca del universo digital, hace difícil el encuentro con su nicho. A todo ello se suma la indefinición del modelo de negocio, si ya en el entorno analógico el modelo es poco rentable, introducirse en el entorno digital lo dificulta, por canibalizar el mercado convencional y por la dificultad de cobrar ante la gratuidad generalizada de la red.

Así señala Navarrete que el cine y su crítica han dejado de ser lo que fueron en el pasado para convertirse en otra cosa "de aspecto polifacético y amorfo que serpentea entre blogs, páginas webs, bases de datos online, prensa y revistas de cine" (Navarrete, 2013), a lo que habría que añadir, tal como señala Zaid (2013) "la activísima impaciencia de unos creadores convertidos en difusores de su propia obra". Así pues, la irrupción del universo digital ha introducido cambios en la labor del periodista cinematográfico, y no solo por tener que adaptarse a un nuevo soporte, con los inconvenientes que genera, también multiplica la presencia de nuevos intermediarios, "agitadores" les llama Zaid, que compiten con los que han sido hasta ahora los intérpretes autorizados de la actualidad. Además, estas voces la mayoría de las veces se enfocan más hacia el lado más banal de esta actividad, dando cuenta de la vida personal de las estrellas o las anécdotas y conflictos que el cine genera. Pero, como señalaba Ezra Poud, "la noticia está en el poema" y no en los calcetines del pianista (Zaid, 1986). Y es que el subjetivismo pluralista que se ha implantado a la hora de hablar del cine no significa que se incremente la calidad, sobre todo porque se desvirtúa la esencia de la profesión, que es la selección de lo mejor.

La crisis económica

Y si la digitalización ha impactado en el sector de la prensa cinematográfica, mucho más ha afectado la crisis económica de la primera década del siglo XXI que ha incidido de manera notable no solo en el ámbito de la cultura, también y especialmente, en el sector periodístico en su conjunto. Afectó por la reducción de los ingresos económicos consecuencia de la caída de la publicidad, porque en un escenario de crisis, lo primero que los negocios suprimen son los gastos de esta partida. Pero la crisis económica no solo ha incidido en la disminución de ingresos publicitarios, también y sobre todo han disminuido las ventas. El consumo cayó a cifras alarmantes. Baste como ejemplo las cifras aportadas por el Estudio General de Medios de las dos revistas con mayor difusión: *Fotogramas* pasa de los 674.000 lectores al mes en el año 2004 a 543.000 en el año 2009, difusión que sigue bajando en 2019, con tan solo 353.000 lectores en la última oleada. También en el caso de *Cinemanía*, que pasa de 291.000 en 2004 a 207.000 en 2009 y no llegando a 70.000 en 2019.

El descalabro económico que ha supuesto tanto la caída de publicidad como de ventas en estas revistas comerciales motivó que fueran vendidas al mejor postor, el grupo Prisa vendió *Cinemanía* a Unidad Editorial y el pasado año se volvió a vender al grupo Henneo. *Fotogramas* también cambió de grupo editorial cuando en 2015 el grupo de medios de comunicación norteamericano Hearst Corporation se hizo con el grupo Lagardère de Hachette Filipacchi en España.

Las revistas para cinéfilos no dependen tanto de la publicidad o la venta ya que su principal factor de ingresos son las ayudas directas de las administraciones, pues desde el primer gobierno socialista de los ochenta se mantiene un sistema de ayudas a las revistas suscritas a ARCE (Asociación de Revistas Culturales de España), a través de suscripciones a las bibliotecas públicas que mantienen "de facto" al sector. En este caso, tanto *Cahiers* como *Dirigido por* pertenecen a ARCE. Pues bien, la crisis también redujo esta partida a la mitad, incluso un dictamen del Tribunal de Cuentas se planteó eliminarla (Morales y Silva, 2013).

La Asociación de la Prensa de Madrid da una cifra al impacto de la crisis: "desde 2008 se han destruido 12.200 puestos de periodistas" (Palacios, 2015), consecuencia del cierre de muchos medios o de reducciones de plantilla. Pero no lo tienen mejor los periodistas que se quedan, pues tienen que trabajar en unas condiciones de creciente precariedad. Y ello porque han visto reducidos sus salarios (caída de un 17% del salario base medio de los periodistas con convenio entre 2010 y 2015; Palacio, 2015). También porque lo tienen que hacer fuera del medio y de su cobertura legal, ante el incremento cada vez mayor de la externalización. Esta práctica ha afectado especialmente a las revistas, donde los periodistas ya no están en plantilla y cobran por trabajo realizado. La situación también ha llevado a que haya disminuido notablemente ese "pago por la pieza", agudizando la competencia y desprestigiando su trabajo.

El campo de batalla de la crítica cinematográfica

Pero dejar las redacciones bajo mínimos trae consecuencias para el trabajo periodístico, de hecho se está denunciando el "dominio de la comunicación institucional, el marketing y las relaciones públicas con la aquiescencia de muchos medios encantados de dedicar menos recursos a unas informaciones ofrecidas por las propias fuentes" (Varela, 2006). También pasa en el ámbito cinematográfico, donde no es extraño que las *majors* elaboren y coloquen en los medios las críticas de sus películas o controlen a los periodistas y los medios que las hacen, como así se ha denunciado cuando se señala que "los comentaristas de las páginas culturales parecen más bien *taste workers* del top ten: divulgadores de éxitos que con versada erudición de contracarátula aprueban lo que el marketing ha fijado de antemano" (Rubiano, 2006:140), haciendo que "la práctica profesional del periodismo cultural a menudo responda a la lógica económica de las industrias culturales" (Rubiano, 2006: 129).

Pero la batalla que tiene que dar el periodismo por conseguir ganar a esa lógica económica no es fácil. Y más en un mercado tan oligopolístico como el del cine, donde Columbia, Universal, Walt Disney, Paramount y Warner Bros controlan la mayor parte del mercado cinematográfico mundial. Y lo quieren seguir controlando imponiendo la dinámica del *blockbuster*, concentrando sus esfuerzos en unos títulos para que consigan el éxito de consumo esperado. Una de las estrategias para ello es concentrando las técnicas de marketing y promoción en los estrenos; también utilizando otras técnicas novedosas, como el *windowing*, la "llegada simultánea a miles de salas a nivel internacional" (Bustamante, 2003: 32), e intentan que las críticas cinematográficas también trabajen por ese lanzamiento.

Porque aunque existen diferentes posiciones en torno a la influencia de la crítica en el consumo cinematográfico, la mayoría de los autores que han investigado el tema confirman que esa influencia existe. Se llega a atribuir un incremento de 3,3 millones de dólares por cada punto positivo o estrella, o 7 millones de dólares cuando la crítica aumenta un 10% (Gil Martín, 2015: 273). Otros autores no creen en una correlación tan automática, aunque reconocen que la atención que recibe una película es importante, independientemente de si es positiva o negativa, señalando que "la peor crítica es la que no se hace y que una mala crítica es lo mejor tras una buena crítica" (Azuela, Fernández y Sanzo, 2012: 201). Otros investigadores establecen que hay otras variables, por ejemplo el tipo de cine, y fundamentalmente la fecha del estreno. Las críticas que se leen próximas al lanzamiento influyen más que las que se leen mucho antes o mucho después.

Por ello las *majors* intentan controlar también ese momento incluso imponiendo el "embargo de las opiniones sobre las películas respondiendo a las estrictas directrices de EEUU que impone la fecha de publicación cerca del estreno. Si no hay carta de

embargo firmada, no hay posibilidad de ver el film" (Pereda, 2013).

La situación no favorece el prestigio de la crítica cinematográfica, todo lo contrario, hay una "percepción generalizada", como señala Muñoz Fernández, de que está en crisis, "favorecida además por el auge de medios digitales, internet y las redes sociales". Sin embargo, siguiendo al autor, la verdadera crisis de la crítica no tiene ver con la transición de un paradigma analógico a otro digital ni con el auge del "amateurismo" ni la precariedad laboral. "El problema de la crítica es que ha dejado de criticar. El crítico, ante la imposibilidad de valorar las películas con unos criterios firmes y la total ausencia de teoría del cine, no puede ejercer el momento decisivo de la crítica: el momento evaluativo", lo cual lleva al problema de la interpretación.

El arte de interpretar

Uno de los problemas a los que se enfrenta la crítica de cine, que ya lo sufrió la crítica de arte mucho antes, es la indefinición a la hora de establecer un juicio de valor. Históricamente, el juicio para la interpretación de las obras artísticas se basaba en el gusto de la minoría ilustrada, una minoría que siempre estaba jerárquicamente situada cerca del poder. En el siglo XX la reproducción técnica de los objetos artísticos "atrofia el aura de la obra original" y ello, según señaló Walter Benjamin (1936), aleja la interpretación de la tradición. Pero esa extensión a otros colectivos no supuso elevar la conciencia estética de la gente, como suponía el autor, sino todo lo contrario, al convertir la cultura en todo un entramado industrial que funciona con el motor de su consumo. Y el problema no es solo convertir los objetos culturales, antes exclusivos, en objetos de consumo, sino también pervertir "la experiencia estética" (Rubiano, 2006: 133) convirtiendo a la cultura en mero mecanismo de evasión. La cultura, "afirmativa" diría Marcuse, permite disiparse de los horrores de la cotidianidad. Y los críticos no son ajenos a esa dinámica.

De hecho, Warren Buckland señala que es posible clasificar a los críticos de acuerdo con el tipo de motivación que buscan. Siguiendo la clasificación de motivaciones de Bordwell (1989: 19) que establece una motivación compositiva haciendo referencia a la estructura formal de la narrativa del filme, la motivación realista como la que busca la "correspondencia con la vida diaria" y el que el film sea plausible y creíble dentro de las fronteras de la ficción, la motivación intertextual que incluye la relación entre el filme y su fuente o el género al cual pertenece o la motivación artística que se basa en la estética; Buckland señala que "los críticos que valoran únicamente la motivación compositiva, realista o intertextual y menosprecian la motivación artística pueden ser llamados críticos conservadores, mientras que aquellos que también buscan y alaban la motivación artística son críticos radicales. Los críticos conservadores intentan cultivar el racionalismo común sugiriendo que un filme no debe perturbar las ideas propias del sentido común. Un buen filme, defienden, debe ser atractivo y entretener a la masa de espectadores y las películas deben reforzar

las corrientes en lugar de desafiarlas". Por el contrario, señala el autor, "los críticos radicales defienden las películas que desafían nuestras asunciones cotidianas y nos muestran el mundo desde otra perspectiva" (Buckland, 1998: 133).

Esta reivindicación de la motivación artística también es recogida por Muñoz Fernández (2014), cuando señala que lo que tiene que hacer la crítica "es volver a una disciplina que lleva siglos intentando resolver problemas de interpretación artística: la estética".

Sea como fuere, se aboga por un tipo de análisis que trate de desmontar los cánones impuestos, abrir a los espectadores a un tipo de cine y de ver cine diferente del impuesto por Hollywood, cultivar un pensamiento crítico más consciente que le enseñe a apreciar, reflexionar, disfrutar y analizar este séptimo arte.

Para ello, hay autores que establecen unas rutinas establecidas: Filiberto Menna (1997), citado en Muñoz Fernández (2014), distingue tres momentos mediadores en el desarrollo de una crítica. Un momento histórico, un momento teórico, y un momento evaluativo. "El primero consiste en contextualizar y situar la obra en una serie ordenada cronológicamente, explicitando sus conexiones e influencias para poder determinar el grado de desviación o novedad con respecto a las obras precedentes y contemporáneas". El momento teórico "contribuye a delimitar un sistema general de referencia en el cual la obra se define por sus diferencias y semejanzas". Es precisamente esta cuestión la que lleva al momento evaluativo en donde se realiza "la función crítica en sentido estricto".

Otros autores enfocan otros momentos: "la reseña crítica se vertebra sobre la combinación de explicación y argumentación" (Callegaro, 2015). La parte explicativa reproduce el modo en el que la película "se despliega en el tiempo (cuenta una historia) y en el espacio (mediante el montaje de imágenes)". La argumentativa "reproduce la valoración del film en la opinión y vivencia del crítico".

De ahí la importancia del crítico y su bagaje cultural. Así lo señalan Blanco, Costa, y Adalia (2013): "Un crítico no debe señalar únicamente qué películas son buenas y cuáles son malas, sino explicar cómo se construyen las películas y de qué distintas maneras se ha hecho el cine durante toda su historia" porque tienen que "interpretar las obras intentado hacer aflorar un significado oculto debajo de la superficie, algo que sería invisible para el espectador." (Muñoz Fernández, 2014). Y es que el crítico no intenta contar, describir ni reflejar la película, tiene que intentar recoger eso que "está más allá del film", para lo que es importante sentir la pasión por el cine. No en vano señalan los críticos que "escribir es una extensión de tu obsesión por las películas, una forma de contagio de esa fascinación" (Tones, 2018).

Así pues, una crítica es una impresión subjetiva de alguien que tiene las herramientas para descodificar, interpretar y entender lo que ha visto. Y además, sabe comunicarlo.

Este extremo es relevante porque la crítica, además de conllevar una interpretación, es un ejercicio de escritura, "según el estilo del autor será más o menos literaria, pero se entiende como una nueva obra

construida a partir de una previa, la película" (Tones, 2018) , aunque puede interpretarse como parte del proceso: "ver y escribir son prácticamente la misma cosa, todo el día pasando de un lenguaje a otro, aprendiendo a descifrar las miradas" (Bermejo, 2018). En todo caso la crítica se convierte en "un ensayo que es leído por sus propios méritos literarios" Bordwell (1989: 35). Este autor sostiene que la crítica de una película puede tener además de la función periodística, publicitaria o crítica, la función retórica, como escritura. Los textos de algunos nombres de la crítica española, como Antonio Trashorras, Jordi Costa, Daniel Monzón, Sergi Sánchez, Jesús Palacios, Àlex Gorina, Quim Casas, Jordi Sánchez-Navarro o Ángel Sala tienen el suficiente mérito creativo como para ser consideradas otras obras distintas de las obras de arte que critican.

Conclusiones

Hablar de cine, escribir de cine, leer cine también forma parte del fenómeno cinematográfico. De hecho esta especialización periodística surge cuando aparecen los primeros párrafos sobre proyecciones de cine. Con el nacimiento de la industria del cine, sobre todo en Hollywood, fueron surgiendo numerosas publicaciones especializadas en este ámbito, donde se combinan comentarios, reseñas y críticas de las películas con reportajes sobre producciones, lanzamientos y otro tipo de información sobre las empresas, los actores y todo el negocio que se genera en su entorno. Sin embargo, las condiciones actuales en las que se desarrolla el periodismo cinematográfico no son las mejores, pues el control de las *majors*, las condiciones de precariedad laboral y la multiplicación de voces que promueve la red incrementan las críticas al periodismo cinematográfico, por su escasa independencia o por su bajo nivel cultural. Por ello hoy más que nunca se vuelve necesario reflexionar y apostar por la recuperación de un periodismo de calidad y, sobre todo, por la importancia de la crítica, pues es un elemento indispensable para crear públicos que entiendan y amen el cine. Al fin y al cabo, como señala Mekas, 2017, "el crítico de cine no debería explicar de qué trata la película, tarea realmente imposible", sino ayudar a crear "la actitud adecuada" para ver el film.

Referencias

Agudo de Cea, G.; Álvarez de Mon Rego, I. y Pareja-Lora, A. (2006). "Contenido, forma y función en textos del dominio del cine: la reseña y la crítica cinematográficas". En *Linguística aplicada en la sociedad de la información y la comunicación*. pp. 65-76.

Azuela, José Ignacio; Fernández, Víctor y Sanzo, M^a José (2012). "Impacto de la crítica cinematográfica sobre la demanda de cine". En *Contaduría y Administración*, vol 57, n^o 2; abril-junio 2012, pp. 201-222

Benjamin, Walter (2001, 1^a ed. 1936): *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. EGodot Argentina.

Bermejo, Andrea (2018): ¿Para qué sirve un periodista de cine?. *Cinemanía*, 18 de marzo de 2018

Blanco, M.; Costa, J.; Adalia, R. (2013). "La crítica de cine: qué es y para qué se utiliza." *S8 Cinema* (4-06-2014).

Bordwell, David (1989): *Making Meaning: Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Harvard University Press.

Buckland, Warren, (1998): *Film Studies*. Hodder & Stoughton.

Bustamante, Enrique (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Gedisa.

Callegaro, Adriana (2015): "La reseña crítica cinematográfica: configuración del género en la prensa diaria". En *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales Universidad Nacional de La Matanza – Año 4 (2015)- Número 7 – pp. 1-14*.

Edo, Concha (1999): "Las revistas e Internet como soportes del periodismo especializado y la divulgación". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n^o 5, pp.77-96

García Leiva, Trinidad (2008): "Las revistas culturales y su futuro digital". En E. Bustamante y otros, *Alternativas en los medios de comunicación digitales*. Gedisa/Fundación Alternativas.

Gil Martín, Montserrat (2015): *Comportamiento del consumidor de cine en salas: factores motivacionales y tipología del consumidor*. Tesis doctoral Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Llano, Rafael (2012): *Revistas culturales y de consumo. Radiografía de las revistas de consumo y culturales españolas*. Madrid: Fragua.

Mekas, Jonas (2017): "Diarios de cine: la función de la crítica de cine". *Filmfellasclub* (20/6/2017).

Morales, Manuel y Silva, Rossana (2013): "La dura travesía de los barcos de papel". *El país*, 29-5-2013

Muñoz Fernández, Horacio (2014): "La crítica digital en la era poscinematográfica". En *caracteres*, Vol. 3, n^o 2, noviembre 2014.

Navarrete, Luis (2013): ¿Qué es la crítica de cine? Síntesis.

Nieto Ferrando, Jorge y Monterde, José Enrique (2018): *La prensa cinematográfica en España (1910-2010)*. Shangri-la.

Ovares, Flora (2004): "Crónicas de lo efímero: un siglo de revistas culturales y literarias costarricenses" En *Revista Iberoamericana*, Vol. LXX, Núms. 208-209, Julio-Diciembre 2004

Palacio, Luis (2015): *Informe de la profesión Periodística, 2015*. Asociación de la Prensa de Madrid.

Pereda, Olga (2013): "Las miserias de un periodismo de cine" En *El periódico de Cataluña*. Domingo, 13/10/2013

Riera, Miguel (1996): "Algunas ideas en torno a las revistas culturales" *Fermentum*, año 6, n^o 15, 57-72.

Rubiano, Elkin (2006): "Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural". *Tabula Rasa*. Colombia. N5, 129-148, julio-diciembre 2006.

Spadaccini, Silvana (2012): "Carlos Alberto Pessano, de la opinión a la gestión", *Revista de la Asociación Argentina de cine y Audiovisual*, n^o 5.

Tones, John (2018) "El crítico de cine que marcó mi vida". *Espínof* <https://www.espinof.com/otros/el-critico-de-cine-que-marco-mi-vida> 26 Enero 2018

Varela, Juan (2006): "El fin de la era de la prensa". *Cuadernos de periodistas*, octubre de 2006.

Zaid, Gabriel (1986): "Periodismo cultural" en *Elmalpensante*, Bogotá, 69, p.19.

Zaid, Gabriel (2013): Ponencia en el Seminario de Periodismo Cultural: *Nuevos medios, nuevas pantallas, nuevos lectores*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo y la Fundación Santillana. 16-17 de julio 2013.

Páginas web

Cinemanía www.cinemanía.es

Fotogramas <http://www.fotogramas.es>

Acción. Tu revista de cine. Cine Video Tele. www.accioncine.es

accioncine.es

Dirigido por. <http://www.dirigidopor.com/Principal.html>.

Caimán, cuadernos de cine. <https://www.caimanediciones.es>

caimanediciones.es

Cine informe www.cineytele.com

Camera & Light www.cameraandlightmag.com

Panorama audiovisual www.panoramaaudiovisual.com

La butaca www.labutaca.net

Filmaffinity www.filmaffinity.com

El séptimo arte (<http://www.elseptimoarte.net/>).