

Domingo 6
Septiembre 2015

BUENOS AIRES
AÑO 6 - N°334
SUPLEMENTO JOVEN DE
TIEMPO ARGENTINO

nk.
A PALOS

MEDIOS DIGITALES

DEL FIN DEL PAPEL AL FIN
DE LA "VERSIÓN WEB"

ADEMÁS: MAURO LIBERTELLA | SER PROGRES HOY | 33 ARTISTAS EN 3 ACTOS | BILARDO RECORDS | LA CAJA NEGRA DE ZAMBAYONNY | ELVIO GANDOLFO | VOTO ELECTRÓNICO | CIUDADES REVELADAS | ESTEREOTIPOS

Caja Negra

El tío

Por **Zambayonny**

Ilustración: **Daniel Caporaletti**

El tío Beltrán estaba preso desde siempre. Cuando yo nací él ya estaba preso. Apenas lo conocía de cara por algunas fotografías muy viejas que había en casa guardadas prolijamente en un cajón. En una se lo veía al lado de mi mamá (que era su hermana) sonriendo cuando eran chicos en una piletta, en otra ya estaban un poco más grandes y se los podía reconocer frente a una torta de cumpleaños rodeados de otros niños, finalmente en la tercera imagen ya aparecía con casi veinte años, con barba y traje de solapa ancha, fumando mientras hacía un gesto gracioso a la cámara. No había más. Sólo esas tres. Supongo que en algún momento alguien se encargó de perderlas porque había muchas de mi mamá y no podía ser que el hermano mayor apareciera sólo en esas tres.

Durante los primeros años de mi infancia mi mamá era la única de la familia que lo iba a visitar a la cárcel y a mí nunca me quiso llevar. En algunas oportunidades insistí mucho para acompañarla porque fantaseaba con conocer esas prisiones que veía en las películas, sin embargo ella me decía que la cárcel no era como yo la imaginaba ni un sitio para chicos. En la familia casi no se hablaba del tío Beltrán. Mi abuela materna lloraba en cuanto salía el tema en alguna reunión así que todos los mayores cambiaban rápidamente de conversación, y mi abuelo materno había muerto cuando yo era un bebé así que nunca supe si también se ponía a llorar cuando alguien nombraba al tío.

Alguna vez recuerdo haberle



preguntado a mi mamá por qué estaba preso su hermano y ella me respondió que eran cosas de grandes y que ya lo iba a entender cuando creciera. Esa evasiva respuesta en aquel momento me parecía suficiente porque tal vez mi mente infantil intuía que era mejor no conocer la verdad.

En aquellos tiempos la historia del tío Beltrán estaba cerrada. Nadie preguntaba cuánto le faltaba para salir porque todos sabían que no iba a salir nunca.

Mi papá jamás lo nombraba pese a que se conocían desde muy jóvenes. Yo no lo tenía muy claro en aquel entonces, pero por lo que había podido desentrañar escuchando ciertas conversaciones familiares era que mi papá había sido amigo del tío Beltrán mucho antes de conocer a mamá.

De vez en cuando la casa se alborotaba de madrugada cuando sonaba el teléfono para avisar que había un motín en la cárcel, entonces mi mamá saltaba de la cama y se iba desesperada hasta las puertas del penal y yo me quedaba en casa con mi viejo y con mi hermanita desvelados escuchando las noticias de la radio hasta que nos dormíamos y faltábamos a la escuela. Esto pasó por lo menos tres veces y después de la última vez ya mi mamá no fue más a visitar al tío. Nunca supe por qué. Pasaron los almanaques, los gobiernos, los mundiales y los veranos en Santa Teresita hasta que llegó el día de la fiesta de quince de mi hermana.

Aquel sábado toda la familia corría de acá para allá. Mi mamá discutía por teléfono con los en-

cargados del salón porque no le querían dar temprano la llave del lugar para llevar las bebidas y todavía le faltaba pelearse con los del catering e ir a la peluquería. Mi papá había salido temprano a hacer compras, a alquilar más mesas y sillas porque a última hora habían confirmado que vendrían unos parientes que habían dicho que no venían y a llevar a lavar el auto para que estuviera impecable a la hora de llegar al salón. Yo tenía que buscar en la guía otro fotógrafo porque el que estaba contratado se había enfermado. Mi hermana lloraba porque el chico que le gustaba no iba a ir al cumpleaños y hasta llegó a decir que quería suspender la fiesta y por eso una amiga de ella la estaba consolando y convenciendo en su habitación. Mi abuela le estaba

terminando de hacer unos arreglos en el vestido porque le quedaba un poco suelto y mi hermanita decía que la hacía ver más gorda. Al cabo de algunas horas conseguimos las mesas, las sillas, el fotógrafo, la sonrisa de mi hermana, la llave del salón y todo estuvo más o menos listo. A las siete de la tarde se fueron a hacer las típicas fotos previas con mi hermana en la fuente donde posaban todas las quinceañeras antes de ir al salón y yo me quedé solo en casa esperando a que trajeran la torta que era lo último que faltaba.

-Apenas llegue la torta, te pedís un taxi y la llevás para allá, nos vemos en el salón -me dijo mi mamá y cerró la puerta.

Ese tiempo de espera lo ocupé delante del espejo tratando de no verme muy ridículo adentro de ese traje alquilado e intentando hacerme el imposible nudo de la corbata

Cuando sonó el timbre miré la hora y me alegré de que ya trajeran la torta así llegaba al salón antes que los invitados, sin embargo cuando abrí la puerta me encontré con un hombre grande y pálido que me miraba serenamente en silencio. Me quedé petrificado. Era tan obvio que tardé mucho en reconocer ese rostro igual al de mi mamá.

-Vine a ayudarte con el nudo de la corbata -me dijo sonriendo y con una voz tan familiar que espantó mis miedos en un segundo.

Nos dimos un abrazo como si nos conociéramos desde siempre. Lo hice pasar y conversamos hasta que trajeron la torta, luego pedimos un taxi y finalmente entramos al salón cuando ya habían llegado todos los invitados.

Las fotos de aquel día son las mejores fotos que tenemos.x

ESTEREOTIPOS

El fanático del fútbol mixto

Mandá tus ideas a contacto@niapalos.org o vía Twitter a [@niapalos](https://twitter.com/niapalos) así lo publicamos.

- Colecciona camisetas raras.
- Tarda dos horas en elegir la casaca que va a usar para el partido.
- Una vez cayó con una remera del Inadi.
- Tiene stickers en la notebook y pins en la mochila.
- Híncha de Ferro, Argentinos o Vélez.
- Anda en una bici inglesa.
- Fue un varón antipatriarcal.
- Ahora está a full con lo de "Ni con el pétalo de una rosa".
- Está pensando en caer al próximo partido con los labios pintados.
- Es periodista.
- Ya le vendió a alguien un podcast sobre

- fútbol mixto.
- Prefiere el mate de silicona.
- Toca la batería en una banda indie que armó con unos amigos.
- No sabe tocar la batería.
- Fan del Mercado de las Pulgas y el Ejército de Salvación.
- Organizó al menos una lectura de poesía.
- Entre una argentina y una extranjera, prefiere una novia extranjera.
- Muy en contra de Tinelli en la AFA.
- Banca el torneo de 30 equipos.
- Hizo curso de costurería.
- Fue a la marcha a la legislatura contra el cierre de los centros culturales.

- Usa frascos de mermelada en lugar de vasos.
- En su casa.
- Lee el suplemento No.
- Le gusta sacar fotos.
- Se queja siempre del precio de la cancha no importa cuál sea.
- Usa crocs.
- Se hizo peronista.
- A todos los tragos le pone hierbabuena.
- Juega torneos de play también mixtos.
- En los 90 fue el primero en sumarse a la moda de usar pollera.
- Sabe andar en rollers.
- Tiene una remera de Bob Esponja.
- Colecciona historietas.

Ruido de fondo

¿Qué es un artista?

Por **Nicolás Mavrakis**
@nmavrakis

La pregunta sobre qué significa ser *artista* es una trampa de tenor casi teológico cuyos mecanismos convierten cualquier respuesta en variaciones de lo que Agustín de Hipona decía sobre el tiempo: “Si nadie me lo pregunta, lo sé; pero si quiero explicárselo al que me lo pregunta, no lo sé”. Por supuesto, los tiempos cambiaron y lo que se espera como respuesta a cualquier interrogante por el estilo también. Por esos 91 caracteres, digamos, hoy Agustín podría ser acusado de frívolo y duramente aleccionado sobre la naturaleza científica del tiempo por cualquier “tirapostas” en Twitter. Y, sin embargo, ¿qué es un artista? ¿Pueden los artistas saberlo? ¿O corresponde a los críticos de arte?

Esa es una parte del proyecto que Sarah Thornton (Canadá, 1965) lleva adelante en *33 artistas en 3 actos* (Edhasa, 2015), y que provee el impulso para un relevamiento etnográfico de la vida, las reflexiones y los mecanismos productivos de artistas internacionales como Jeff Koons, Ai Weiwei, Maurizio Cattelan, Damien Hirst, Marina Abramovi y Yayoi

Kusama. Pero como historiadora del arte especializada en sociología -y crítica de arte contemporáneo de *The Economist*-, el registro de los artistas funciona también como una taxonomía -a veces poco amable, como cuando Thornton se burla del compendio con el que Koons se describe a sí mismo-, y en ese punto *33 artistas en 3 actos* funciona entonces como una lectura crítica de la conciencia de una elite global y de su intermediario material clave, el *marchand d'art*. Desde ahí, es el conocimiento del campo del arte y de las reglas de su mercado lo que posibilita a Thornton no tanto una descripción valorativa del arte -porque aún con el más diplomático tacto ella revela, por suerte, cuáles son sus preferencias personales y cuáles no-, sino el análisis intelectual de sus agentes y sus mecanismos, algo que ubica al libro en un afortunado paso más allá de los soliloquios, las descripciones climáticas y el regodeo soporífero “en la experiencia directa” con los que la habitual “crónica periodística” suele malograr casi todos sus temas (algo sobre lo cual podría avanzarse y concluir que, en la medida en que se publiquen buenos ensayos, escritos por verdaderos conocedores de su tema, los periodistas van a tener que volver al periodismo y

abandonar la mala literatura impresionista).

Hábil para intercalar voces que sirven como plataforma teórica para ideas propias con otras que, por desinterés o estilo, se resisten a pensar en voz alta -dos extremos en los que la verbosidad de Ai Weiwei contrasta las evasivas de Damien Hirst, mientras se mezclan las retóricas de asociación libre de Abramovi y Kusama-, Thornton recurre a académicos (además de artistas) como Martha Rosler cuando necesita poner ciertos puntos sobre las íes. “¿Qué es un artista? ¿Cómo diablos voy a saberlo? Alguien cuya sensibilidad se deja traslucir de tal manera en sus manifestaciones que el público reconoce el sentido y la composición”. Lo que ocurre y termina de dar sentido al motor de todo el libro, sin embargo, es que aún perfectamente sólida y erudita y en 132 simples caracteres-, Thornton sabe que en el medio millón de personas que vieron a Abramovi en el MoMA durante su famosa performance *El artista está presente*, ni siquiera una respuesta perfecta por el estilo agota los límites, ni mucho menos los efectos sociales y culturales, e incluso los misterios de, para usar una palabra fuerte, tradicional y terminante, la *creación artística*. ✕



33 artistas en 3 actos
Sarah Thornton
Edhasa
496 págs

Malos músicos, peores personas

Por **Paz Azcárate**
@azkaratekid

Bilardo Records surgió a fines de 2013 cuando los músicos uruguayos Ernesto Pazarisa y Joaquín Lucero (ambos en The Blueberries) se propusieron formar una cooperativa de músicos y agitar las aguas del Río de la Plata. Ese proyecto estuvo en pausa hasta principios de este año cuando comenzaron

a curar *Malos músicos, peores personas* (Vol I y II), un compilado de bandas argentinas y uruguayas que lanzaron durante el mes de agosto con algunos días de diferencia y que hoy puede descargarse gratis desde su cuenta en bandcamp.

Los veinticuatro jugadores de la selección binacional de Bilardo Records -en efecto, así se presentan desde la página de Facebook del sello- se meten con distintos géneros, y es

que el criterio de la compilación responde menos a una línea estética o a un sonido en común que a una forma de grabar, editar y distribuir su música. Lo de estas bandas son las canchas embarradas, y como sus curadores lo reconocen, la intención ha sido conectar dos escenas que se parecen en muchos aspectos. “De alguna manera la idea era tender un puente para que todas estas bandas trasciendan la conexión virtual, que se conozcan de verdad, que surjan nuevas fechas y compartan escenarios” explica Pazarisa.

El primer volumen, quizás el más ruidoso de los dos, abre con el potente stoner de Surfing Maradonas haciendo “Incidente en el Uritorco” y tiene una segunda referencia futbolística con “Mi valioso cuchillo de cazar”, un cover de Guided by Voices hecho por Krupoviesa. De los montevideanos The Blueberries aparece el oscuro “Vegans”, incluido en su último EP *Un martes en Los tianes*. Hablan por la espalda, de los de más larga trayectoria dentro del compilado (casi veinte años tocando), suman una versión en vivo de “Dame tu sonrisa loco”. Antes de completar los once de este volumen con “Ricky maravilla” de Hijo Agrio, un pido gancho rioplatense: The Courettes (el nuevo power dúo brasilero-danés de la ex bajista de Autoramas) que participa con el tema inédito “I wanna be your Yoko Ono”.

La segunda parte del compilado tiene, en líneas generales, predominancia de lo acústico, marcada por el sonido de El mal menor y MF1MB, un one man band estadounidense nacionalizado en Uruguay que oscila entre el folk y el country. En el mismo sentido aparece Vincent Vega con “Tan herido”, un blues rítmico pero melancólico que incluyó en su primer LP *El gran galgo*. The Algún Dios es de lo más experimental del compilado, dominadores del espanglish desde su bautismo, en ellos hay algo de Pixies pero también rasgos más contemporáneos que los emparentan con bandas como la de los australianos Architecture in Helsinki.

El espíritu agitador de *Malos músicos, peores personas* se traduce en un arte de tapa con un particular guiño a *London Calling*: sale la estrella de rock rompiendo el bajo sobre el escenario, entra el público headbanguando desde el pogo. En la foto de Danna Podstudensek, las cabezas, vistas desde atrás, se mueven al ritmo de una banda que no se muestra. Un pibe quedó retratado medio en el aire y “The Jesus and Mary Chain” se lee en la espalda de una remera. La pelota sale de la cancha y se la queda alguien en la tribuna. En esa inversión del foco hay algo de la esencia de Bilardo Records, un sello que como sus propios ideólogos lo definen “no toma champagne, toma gatorei”. ✕



Nota



Experimento: medios digitales

Dentro de los muchos pliegues que rodean al sintagma “crisis del periodismo”, la cuestión sobre los modos tradicionales de comunicar y producir información en medio del aluvión digital es, probablemente, la discusión que genera más consenso y la que parece alcanzar, a su vez, resultados más dispares. Melissa Bell, una de las responsables de vox.com, tal vez el proyecto -más allá de su plataforma- más interesante de los últimos tiempos, pasó por Buenos Aires, y su visita fue la excusa para conversar sobre el presente, local e internacional, de los medios digitales, en una época donde ya no alcanza con pensar en diarios con “versiones web”. Innovación, prueba y error, y las tensiones en el viejo reino de los contenidos frente a la exitosa *democracia* de los virales y las fotos de gatitos.

Por Bibiana Ruiz
@misojosxelmundo

En mayo de 2014, y a pesar de su carácter de “interno”, se filtró el reporte sobre innovación de uno de los principales diarios de Estados Unidos, *The New York Times*. Si bien la intención no era que todo el mundo se enterara de la conclusión de seis meses de investigación sobre la estrategia digital que usaba el diario, una vez que la información se conoció en todas las redacciones, poco pudieron disimular los responsables del periódico sobre el verdadero motivo por el que se realizó el informe: la crisis que este atravesaba (y de la cual no puede salir). Aunque el documento habla de las causas por las que llegaron a esa situación de riesgo y

propone acciones para revertirla, la aparición del informe y el despido de la directora encendieron la alarma en muchos otros grandes (y tradicionales) medios.

Mientras los voceros hablaban del reporte como un manual para alcanzar el éxito a través de la transformación digital y augurando que el gran batacazo estaba cerca, puertas adentro lo que llenaba el aire era la frustración resultante de querer darle un empujón a los medios digitales pero basados -en muchos aspectos- en un modelo antiguo de gestión. Entonces, ¿qué es lo que está en crisis: el periodismo o sus formas?

También el año pasado, otro diario tradicional estadounidense recibió malas noticias relacionadas de algún modo con la innovación y las estrategias digitales: uno de sus columnistas más leídos dejaba *The*

Washington Post (y se llevaba a varios de sus compañeros con él) para apostar a un nuevo medio, completamente digital. A pesar de que el periódico había sido comprado por el dueño de Amazon, Jeff Bezos, que intentaba darle un enfoque más tecnológico, Ezra Klein se fue, contratado por una empresa especializada en blogs y publicaciones online. Melissa Bell, que había dejado de ser blogger para desempeñarse como directora de plataformas, se fue con él. Juntos fundaron vox.com, que es básicamente un fenómeno y el modelo a seguir a la hora de pensar un medio digital. Aunque forma parte de Vox Media (siete sitios editoriales en la web),

el punto com es un diario digital independiente, con una estrategia también independiente, que colmó las expectativas de los que esperaban un medio serio en la web y sorprendió a los que sostenían que el periodismo online no podía ser de buena calidad.

Melissa estuvo en Hacks/Hackers Buenos Aires, el encuentro de desarrolladores, diseñadores y periodistas que se llevó a cabo en la Ciudad Cultural Konex el 27, 28 y 29 de agosto pasado. Vino a dar una charla sobre Vox y un *workshop* sobre cómo crear una marca exitosa y los logros conseguidos con la empresa / medio que representa la auspiciaron. En medio de una jornada in-

tenso, donde se la pasó hablando de “necesidad” y de “producto”, le dedicó unos minutos a charlar con Ni a Palos.

¿Cómo es darle forma a un nuevo medio? Bell se rió ante la pregunta porque en esa cuestión hay mucho de *ir probando*. Vox.com es “una gran comunidad donde todos tratamos de ver cómo dar y contar las noticias online. Hacemos mucho trabajo en equipo: la gente que hace video trabaja con los redactores, los redactores trabajan con los desarrolladores, esos desarrolladores diseñan; así crecimos muy rápido en esta experiencia.” El diario tiene una redacción de cuarenta y cinco personas, es una empresa periodística, produce contenidos y encuentra la manera de financiarse: “Tenemos un negocio y por lo tanto creemos que tener publicidad no debe ser una mala experien-

“¿Cómo es darle forma a un nuevo medio? Bell se rió ante la pregunta porque en esa cuestión hay mucho de ir probando”

cia. La publicidad en cualquier otro medio no es según la experiencia. Vas al diario y buscás una lista de películas para ver y hay un aviso sobre la casa de películas y no es una mala experiencia. Hay muchos artículos lindos y también muchos avisos lindos. Y no te molestan los avisos en una revista como *Vogue* pero sí los que están online. Estamos tratando de solucionar eso, de crear nuevos y lindos avisos.”

Una de las claves del éxito de vox.com es el lugar que le otorgan a su CMS (Content Management System), que según Bell es “honestamente, un lío”. Durante algunos años, la estrategia de los medios tradicionales en la web se basó en el principio que un tal William Henry “Bill” Gates III publicó en un ensayo de 1996: “el contenido es el rey” (“Content is the King”, es decir, si se publica contenido interesante y de calidad, el tráfico, el público y el dinero llegarán solos). Sin embargo, muchos medios digitales como el *Huffington Post* o *BuzzFeed*, que publican contenidos virales de gatitos, rankings intrascendentes o artículos “de baja calidad” -desde la perspectiva tradicional del periodismo- en poco tiempo dejaron muy atrás a los medios distintivos de papel como *NYT* o *The Washington Post*.

Uno de los aspectos que revela el informe filtrado del *Times* es que los gigantes de papel habían subestimado las herramientas para publicar en la web, exactamente lo opuesto de lo que habían hecho los medios digitales. Las mejoras en la publicación del contenido que se realiza utilizando un software especializado pueden incidir sensiblemente en el posicionamiento de una noticia en buscadores o en la viralización o la forma en que se comparte en redes sociales o en la cantidad de clicks que recibe un banner (anuncio publicitario). No es casual que Vox Media sea casi un híbrido entre una empresa periodística y una que produce software. Las herramientas digitales que usa la compañía las producen ellos mismos y las perfeccionan a través de una constante interacción entre periodistas y programadores de la empresa, dando cuenta del valor estratégico que le otorga el contar con herramientas sofisticadas para gestionar su contenido.

Pero Bell también atribuye el éxito a otros factores: “Creo que teníamos una hipótesis que se convirtió en realidad. Nuestra hipótesis de que las noticias confunden a la gente y necesitamos ofrecerles una mejor manera de entender qué está pasando a su alrededor. No creo que estemos ahora llegando a esa conclusión pero sí creo que nos enfocamos realmente en esa necesidad en el mercado y ofrecemos un producto que es justo lo que necesitan”.

Justamente, el rol distintivo de las audiencias parece ser EL tema para los medios hoy. De hecho, lo que los lectores del *New York Times* veían como innovación en el diario (los gráficos e interactivos), no se reflejaba internamente en términos de flujo de trabajo, organización, estrategia y reclutamiento. El diario fallaba a la hora de sacar ventajas de las oportunidades para aprender acerca de las audiencias porque no hacían lo mismo que sus competidores: “preguntarles a los lectores si estaban dispuestos a ser contactados por los reporteros o si querían compartir información sobre su ciudad o sus industrias para que pudieran enviarles artículos sobre esos temas”.

Una de las cosas que notaron en el *NYT* fue que la promoción, el compartimiento y el seguimiento de los temas en las redes sociales marcaban tendencia. Otra, que no era suficiente con subir las notas producidas a la web sino que además era conveniente adaptarlas para distintos formatos y abrirlas a comentarios en un “intercambio de ideas que podía ser enriquecedor”. ¿Será que a los grandes medios les cuesta innovar? ¿O solo se dejaron estar, subestimando la capacidad de las startups? Para Klein, los periodistas clásicos “limitan las alternativas que ofrece la tecnología”.

Jugar de local

Hace veinte años, cuando empezaron a surgir los primeros medios digitales en Argentina, se hablaba de precariedad y baja calidad. Eso tiende a revertirse hoy, con la generación de buenos contenidos y a pesar de que los recursos muchas veces son limitados. Tampoco hay dudas de que con innovación también se crece: los medios digitales que se desarrollan en Argentina están permanentemente pensando en renovarse, aunque para eso siempre dependan del presupuesto y del modelo de negocio y cómo rentabilizar los contenidos producidos sea una de sus preocupaciones más importantes.

Por otro lado, acá el foco también está puesto en la participación de las audiencias, por lo menos de parte de los medios puramente digitales. Si las noticias son un producto, entonces se consumen. Por lo tanto, la fórmula para lograr que el círculo cierre es ir en busca del lector y luego adaptarse a sus exigencias. Como resultado, la demanda del público obliga a los medios a innovar para ser funcionales a su satisfacción. Uno de los desafíos que se renueva con mayor frecuencia, entonces, es el de no dejar de ser “leíbles” y eso no tiene que ver exclusivamente (aunque es importante) con el tiempo de permanencia y/o lectura en el sitio sino también con la capacidad de adaptación de los contenidos para



“¿Será que a los grandes medios les cuesta innovar? ¿O solo se dejaron estar, subestimando la capacidad de las startups? Para Klein, los periodistas clásicos ‘limitan las alternativas que ofrece la tecnología’”

que puedan ser consumidos desde diferentes dispositivos (teléfonos móviles, computadoras, tablets) y también a través de las redes sociales.

¿Es posible, entonces, crear un medio como vox.com en Argentina? Melissa Bell dice que “sí, definitivamente” porque “una cosa que es realmente interesante -y que nosotros no tenemos en Estados Unidos- son los dispositivos de comunicación que tienen: todos acá usan WhatsApp y creo que las organizaciones de noticias que entienden cómo dar información a través de esas plataformas de mensajes son las que están adelantadas”.

De la Media Party en Buenos Aires, el encuentro para trabajar en el futuro de los medios de comunicación, participaron algunos medios digitales locales, que están lejos de ser monstruos como Vox pero que apuestan a seguir creciendo, apostando a diferentes estrategias. Chequeado.com, por ejemplo, es un sitio que hace periodismo de datos y lo aplica al debate público. “Chequeamos lo que dicen los políticos, economistas, sindicalistas”, cuenta Matías Di Santi. Se trata de otro medio que le da la bienvenida a la participación de la audiencia, que puede involucrarse completando los ocho pasos del método porque “los datos son abiertos”, y que resalta la importancia de las redes sociales a la hora de hablar del crecimiento del tráfico: “Chequeado no podría existir si no existieran las redes sociales o el mundo digital como existe hoy porque se inició en Internet, es puramente digital y se provee de todos los mecanismos digitales para poder llegar a los ciudadanos. Básicamente, Chequeado es la posibilidad de saber que uno escucha algo y que le puede pedir a alguien que corrobore si eso que se dijo es cierto o no”.

Bastióndigital.com es otro medio digital enfocado en temáticas muy puntuales: política, economía, relaciones internacionales, “con sesgos a lo que son las políticas públicas”. El proyecto está concebido como plataforma, con un equipo de solo dos personas, que canalizan las voces de los que escriben. “No somos un sitio de noticias, somos un sitio de opinión, de análisis, donde escriben politólogos, economistas, investigadores de universidades nacionales y del exterior sobre temas de actualidad o el tema más importante del momento”, aclara su director editorial, Sebastián Zírpolo. Ellos, al igual que la gente de Chequeado, están contentos por el crecimiento que evidencian en el tráfico y por cómo los reconocen en distintos ámbitos.

Medir audiencia, pegar financiación

En julio de 2015, el sitio ComScore⁽¹⁾, que se especializa en medir el tráfico en Internet, colocaba a buzzfeed.com (el sitio de noticias virales) en el puesto 25 con 82.3 millones de visitantes únicos. Mucho más abajo, en el puesto 39, se ubicaba el tradicional *NYT*, con 60.6, y en el puesto 47, Vox Media, con apenas poco más de un año de vida y 54.4 millones de visitas. En Argentina, los portales de los grandes medios siguen estando muy por delante de los sitios de noticias digitales sin edición en papel. Según el ranking de alexa.com⁽²⁾ para el país, los portales de *Clarín* y *La Nación* ocupan los puestos 9 y 10, respectivamente. Infobae (que desde que se separó de Buenos Aires Económico no tiene versión en papel) ocupa el 14. Varios medios del interior alcanzan lugares altos en la clasificación: *La Gaceta*, de Tucumán, en el 19, o *El Intransigente*, de Salta, en el 25, ambos por encima de otros medios de alcance

nacional. Probablemente se deba a la importancia que muchos medios del interior le concedieron a sus versiones digitales, viendo a la web más como una oportunidad que como una amenaza. Taringa! es el único sitio nacional nacido de la red que rivaliza con los grandes medios y Alexa lo sitúa actualmente en el puesto 17.

La publicidad es la primera vía de financiación de los medios y la economía de la industria editorial digital requiere, hoy, compañías que colaboren para escalar audiencias. Vox.com recibió casi cien millones de dólares de financiamiento para empezar y actualmente genera sus propios avisos. Chequeado.com surgió en 2010 y depende de la Fundación La Voz Pública, “cuyos principales mecanismos de financiamiento son campañas de pequeños donantes, cooperación de embajadas, de fundaciones u organismos internacionales”. Bastión, con un presupuesto menor, se las ingenia para seguir adelante. Zírpolo dice que “es difícil sobrevivir como medio digital porque no hay fuentes de financiamiento”. El año pasado, Bastión ganó *startup Chile*, que es un programa de financiamiento público-privado del gobierno chileno y fondos privados de inversión y les dio “bastante aire para rehacer el sitio, para agregarle funcionalidad y rediseñarlo” pero siempre están buscando quienes financien proyectos en Internet o medios online.

A diferencia de lo que pasa en Argentina, en Estados Unidos, el volumen de inversión en publicidad para medios online superó a los impresos en 2011⁽³⁾, alcanzando un monto de 28.600 millones de dólares contra los 22.800 que generó la prensa tradicional. Según las estadísticas ofrecidas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCa), del Ministerio de Cultura, la inversión en medios digitales ha crecido notablemente en los últimos tres años, ubicándose en 6.500 millones de pesos durante 2014, todavía muy por debajo de los 11.564 que se destinaban a medios impresos. Sin embargo, al observar la evolución de la gráfica se puede pronosticar que pronto ambas líneas se cruzarán⁽⁴⁾, intercambiando posiciones y dándole un mayor impulso a los sitios de noticias online..X

(1) www.comscore.com/Insights/Market-Rankings/comScore-Ranks-the-Top-50-US-Digital-Media-Properties-for-July-2015

(2) www.alexa.com/topsites/countries/AR

(3) www.iab.net/media/file/IAB_Full_year_2010_0413_Final.pdf

(4) sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas/i.php?id=238&gr_type=line

Entrevista



MAURO LIBERTELLA

«Es un libro sobre el fin del siglo XX»

Amistad, cierre de la era analógica y tsunami político de la Argentina de fin del siglo XX trazan la propuesta de *El invierno con mi generación*. Así, Mauro Libertella -escritor y periodista- vuelve a las pistas después de su irreplicable y adictivo debut con *Mi libro enterrado*, en el que procesaba la muerte de su padre, el intelectual Héctor Libertella. Casi al modo de una novela musical, este nuevo título reescribe, con astucia, humor y el grado justo de ternura, la vieja pregunta sobre el fin de la juventud.

Por Florencia Angilletta

@dolarparty

Fotos: Mayra Mansilla

¿Cómo escribir después de la muerte del padre, en *Mi libro enterrado*?

La pregunta giraba antes y era cómo escribir viniendo de una familia de escritores. De qué modo insertarse en la literatura cuando da la impresión de que tu familia ya lo hizo, ya ocupó ese lugar y agotó la posibilidad de la palabra. El modo en que resolví, si se quiere esa aporía, en *Mi libro enterrado* fue testificando dentro del propio texto ese miedo a escribir teniendo padres escritores.

Después vino una segunda cuestión que es cómo escribir después de ese primer libro en cierto modo irreplicable por los temas: la muerte del padre y la entrada a la literatura. Estaba con ese quilombo en la cabeza hasta que vi dos obras de teatro de Walter Jakob y Agustín Mendilaharsu, *Los talentos* y *La edad de oro*, sobre el grupo de amigos y el fin de la juventud. Más o menos era lo que estaba buscando, y tenía cerca esta historia de mis amigos del colegio secundario. Esto me pasó también cuando tenía 30, que es un momento bisagra. Todo este combo me hizo decir listo, acá tengo el próximo libro que tengo ganas de escribir.

El título es *El invierno con mi generación*, ¿es un auténtico libro sobre la generación?

Una amiga me dijo que el título le parecía en cierto modo excesivo, que no me podía arrojar la palabra generación para un grupo tan delimitado de amigos que comparten referencias culturales, poder adquisitivo y viven en barrios específicos de la Ciudad de Buenos Aires. Soy consciente de eso: hay personas que nacieron en los mismos años que yo y vivieron una vida completamente distinta a la mía. Digamos que me justifico en que me gustó la frase, que como está mencionado en el propio libro, parte de la canción "L'inverno

con la mia generazione", de Franco Battiato. Por otro lado, dentro del relato está de algún modo matizado si se quiere ese exceso, cuando los personajes se cruzan con los pibes que iban a ver a La Renga a All Boys, o cuando van al boliche electrónico. En esos momentos se marca que este grupo de amigos sabía que no eran la generación completa.

¿De qué forma elegiste las escenas para contar, esas postales cotidianas como el apodo de "olorete", las encuestas del mejor disco de Pink Floyd o un viaje a Villa Gesell?

Lo primero que necesito es tener la estructura del libro completa en la cabeza. Acá eran la secundaria,

la post secundaria y ese tercer capítulo con esos finales tipo las películas norteamericanas, de años después... Una vez que tenía ese esqueleto, anoté las escenas que quería narrar. Y aparecieron. Se me impusieron de modo elocuente; no forcé el recuerdo. Ésta es la cuestión más intuitiva y además hay otra: cuando narro escenas autobiográficas busco que tengan de trasfondo un tema, un tópico más o menos universal. De lo contrario es un regodeo, una cosa de debería importarte esto porque me pasó a mí. Por ejemplo, si cuento mi debut sexual, no importa si estaba escuchando tal o cual disco. Lo que importa es que esa escena tiene de trasfondo un tema universal que es el descubrimiento del sexo. Es un afán universalizador, sí. Pero si se toca un tema general, después se puede contar con las escenas que sea.

¿Al construir este narrador también diseñaste una hipótesis personal sobre la adolescencia? En la narración hay un movimiento oscilante entre "qué genios" y "qué boludos".

Tenía que combatir mi propia idealización de mis amigos del colegio, que son personas que por supuesto adoro y con los que nos hemos juntado millones de veces a recordar el secundario con tono de qué geniales éramos. A la hora de escribir, sabía que no podía ser pura idealización, porque no funciona: la falta de matices lo vuelve empalagoso. Me parece más seductor mostrar el conflicto. Sobre todo en estos años de la secundaria que son años particularmente confusos. Y esa confusión está condensada en ese ida y vuelta del narrador respecto de lo que está contando: por momentos, piensa que esos pibes son geniales cuando hablan de filosofía en un *McDonalds*, y dos páginas después cree que son boludos porque no saben hablar con las mujeres.

Trabajás como periodista, ¿en qué medida se cruza esta práctica casi rutinaria de escritura con la literatura?

Tengo la impresión de que lo que escribo lo uso como un campo de pruebas lingüísticas. Voy probando cosas que, si me gustan y funcionan, después las vuelco en algún potencial futuro libro: desde el uso del punto y coma y la subordinada, hasta obsesionarme con una palabra como esquirla, que en un año la usé en todas las notas. Así me lo voy tomando un poquito como un juego, para no sacralizar tanto la escritura y ponerla en un lugar tan encumbrado. Además tengo otra cosa, un poco inconfesable, que es un cuadernito medio secreto en el que escribo frases que leo y me gustan mucho. Suelen ser frases cortas: cuatro o cinco palabras. Algunas de



El invierno con mi generación
Mauro Libertella
Random House
128 págs.

esas frases las robo y las meto en un libro. Acá, por ejemplo, usé varias frases de la escritora norteamericana Joan Didion. En el capítulo del debut sexual pongo “supe que había alcanzado el espejismo” y eso es de un texto cuando ella llega a Nueva York y ve la ciudad por primera vez. Y después del lenguaje, en términos de prosa, trato de balancear momentos de oralidad con otros más literarios. Que la prosa no sea nunca ni muy barroca ni muy minimalista, ni muy ligera ni muy sobrecargada. Es simplemente el método que encontré, para armar un lenguaje que no puedo llamar propio pero que a mí me funciona.

En tanto lector de tu generación, ¿cómo dialoga tu búsqueda con lo que escriben otros autores contemporáneos?

Veo que se está dando una pequeña tendencia en miniatura de libros de la juventud de gente de mi edad, libros como *Electrónica*, de Enzo Maqueira; *Los catorce cuadernos*, de Juan Sklar; *Musulmanes*, de Mariano Dorr; *El alud*, de Esteban Castromán; *Merca*, de Loyds. Y seguro otros que no recuerdo. Lo mío es un libro sobre el fin del siglo XX. No me veo dentro de esa saga, pero al mismo tiempo me doy cuenta que está en el aire que todos queremos escribir sobre nuestra juventud. Yo lo escribo en pasado y sobre el cambio de siglo y la época analógica.

Justamente, decís “fuimos la última generación analógica”. ¿Te parecía que estaba un poco obviada esta transición que llamás “postales del

mundo tres o cuatro segundos antes de volverse digital”?

Tengo la impresión de que tenemos un tesoro, un capital muy rico, que es este factor biográfico fortuito de ser la primera generación entre lo analógico y lo digital. Somos la única generación de transición entre dos mundos muy distintos. Me parece que no se da muchas veces en la historia y tenemos la posibilidad de atestiguarlo. En términos literarios tenía esa idea, porque para mí sigue siendo conflictivo: trato de hacer un ejercicio constante para preservar la potencia que hay en no naturalizarlo.

El libro se enmarca en la Argentina de fines de los noventa y la crisis de 2000. Una escena paradigmática es la del uso del adjetivo “alto”, que muestra como un prisma a estos adolescentes desconectados y conectados con lo que sucedía.

En la primera entrevista que hice sobre este libro dije que no podía escribir un libro político, que es algo que en la tradición argentina tiene un derrotero muy importante. Al día siguiente algunos amigos escritores y críticos me dijeron en la parrilla Angelito: eso no es verdad, no es que no podés, vos decidís no incorporar una sobre referencialidad política porque eso arruina un libro. Ok, ahí lo empecé a pensar. Sigo creyendo que no puedo escribir *Operación masacre*. Pero ese es otro tema. El asunto es que son los años noventa y están muy cargados, muy codificados. Por un lado no podía desatender el momento en que la historia está sucediendo, porque el libro está muy marcado



“Tengo la impresión de que tenemos un tesoro, un capital muy rico, que es este factor biográfico fortuito de ser la primera generación entre lo analógico y lo digital. Somos la única generación de transición entre dos mundos muy distintos. Me parece que no se da muchas veces en la historia y tenemos la posibilidad de atestiguarlo”

temporalmente. Y después, creo que los pibes de la trama se repliegan sobre sí mismos para protegerse de la política de aquellos años que era una política muy hostil. Solo marcando el repliegue o la reconcentración sobre sí mismos, esa especie de comunidad medio exagerada que ellos armaban, ya se está diciendo que la política les era hostil y esos años eran una mierda. Sin decirlo. Ellos le daban la espalda a la época porque era una época a la que había que darle la espalda. La política aparece entonces, pero como un espejo en negativo. Por

otro lado, aparece astillado todo el tiempo como en los momentos de los recitales, que aparecen los desclasados de esos años. Con quearezca, ya es suficiente. Y es el máximo que toleraba el libro sin que se convierta en un tratado totalmente fechado de los noventa.

De modo tradicional, el registro de la intimidad y la primera persona están más asociados a la escritura femenina, mientras que lo público —Operación masacre— se cree territorio de los varones. ¿Qué te animó a mostrar otra cara de la masculini-

dad?

A ver... Lo femenino como el canon de alcoba, un título de un libro de Tununa Mercado que me encanta. Todo esto que decís no lo había pensado. No creo esté rompiendo una tradición de años. Tampoco me puedo arrojar algo tan revolucionario como romper definitivamente la primacía masculina de lo público porque sólo escribí un librito con mis recuerdos. Pienso ahora en voz alta cuál es el lugar de las mujeres en este libro. Es algo tan groso para el narrador y tan que lo tiene idealizado al mismo tiempo. Quizá los dos grandes momentos más fuertes del libro, las verdaderas iniciaciones, son la sexual y la lisérgica. Y en esos dos núcleos es una mujer la que inicia al narrador y le enseña todo, de un modo exageradamente pedagógico. En la escena del debut sexual ella le dice bajá la luz, sentate acá, dame un beso. Y en la otra, una amiga le enseña a fumar cigarrillo, después le enseña a fumar porro y le dice que no tome agua. Y el narrador les cree todo. Dice: haría todo lo que me dijiste y lo seguiría haciendo hoy. Tiene confianza absoluta en las mujeres, sobre todo en estas dos. Es un libro completamente feminista ahora que me doy cuenta. Pasé la prueba del género, que es una prueba tremenda, muchos no la pasan...

¿A qué le dirías Ni a palos?

Espero no decirle ni a palos a estos primeros libros cuando, treinta años más tarde, recuerde los deslizos juveniles en los que he contado mi vida.X

Falsa escuadra

Por Romina Sanchez

Tucumán, 23 de agosto. Elecciones provinciales. ¿El marco? Denuncias de delitos electorales y violencia. El día después sumó más cámaras y flashes que la madrugada en la que empezó a gestarse la idea de una marcha de repudio y exigencia de vuelta al cuarto oscuro, consumada horas más tarde. Después de aquella jornada, también asistimos a ¿una foto impensada?, instantánea de la conferencia que los líderes de la oposición y candidatos a la presidencia ofrecieron: Macri, Massa y también Stolbizer, acompañados de Ernesto Sanz, con la solicitud de terminar con la cultura del fraude como eslogan. Y la insistencia: boleta electrónica como panacea mágica de los males de nuestro sistema electoral.

Esa misma semana, en el Congreso, otros referentes de la oposición, nucleados en Cambiemos y el Frente Progresista, reclamaron sobre la urgencia de una reforma política

que ponga en vigor la boleta única, pero no aclararon si la opción pasa por la alternativa digital o el papel. “No es que esto surge ahora por los acontecimientos de Tucumán, es de larga data la pelea. Lo que pasa es que cuando aparece una situación tan dramática tenemos la posibilidad de levantar el perfil de la lucha”, expresó Michetti, pese a que el titular de la Dirección Nacional Electoral, Alejandro Tullio, ya había descartado la chance de concretar el sistema de boleta única en menos de dos meses. Y había calificado de “irresponsable” la actitud de la oposición. Ahora bien, ¿sería posible el voto electrónico o, en su defecto, la boleta única convencional para octubre? ¿Cuáles son los argumentos que esgrime la oposición para proponer, más allá de los proyectos formales, una modificación de ese tipo en la cultura eleccionaria? “Habría que preguntarse por qué tardó tanto en implementarse el voto electrónico en Buenos Aires, cuando se supone que es la Ciudad cabecera, que va a la vanguardia en todo, con mayores recursos y más conocimiento político o cívico de parte de la ciu-

Una chicana llamada voto electrónico

dadanía. Imaginate llevarlo al resto del país en semanas: es un disparate. O, mejor dicho, no: es clara la intencionalidad política de la movida. Sabemos que el proyecto, por lo menos en el corto plazo, es inviable, por eso, tampoco se ahonda en los detalles. Alcanza con escuchar a cualquier candidato por radio: hace agua cuando se le pregunta por los costos, la operatividad o la capacitación de los electores”, expresa un asesor todoterreno de Cambiemos, en off the record, por supuesto. Y agrega: “La chicana es evidente, pero bueno, es política. Y es el momento de explotarla. Ahora, lo de la boleta única en papel parecería un poco más razonable. Pero hay que licitar y ese es todo un tema”.

Otra fuente, del mismo espacio, hace hincapié, sin embargo, en la pata educativa del asunto. “La capacitación no es un tema menor. A la gente hay que enseñarle una nueva forma de votar. Y no hace falta que vayamos al Chaco, Formosa o Misiones para ver ejemplos. La Defensoría del Pueblo porteña, por su parte, podría brindar una razón para, al menos, detenerse a pensar en se-

mejante planteo. El organismo encabezado por Alejandro Amor estuvo trabajando en capacitación y como ente veedor del proceso electoral en la Ciudad. Unas de las conclusiones más contundentes que derivan de tal experiencia es que aún resta profundizar en la tarea formativa y que, en todo caso, de optimizar el método de sufragio, a nivel nacional, una variante más realista a la boleta electrónica, sería, entonces, la boleta única en papel”.

Es que hasta los directivos de la empresa que desarrolló el sistema para CABA y Salta, Magic Solutions Argentina (MSA), no pueden creer que se esté planteando el asunto, más allá de las razones estrictamente técnicas, al borde de lo inverosímil: basta recordar el caso de Joaquín Soriano, el técnico informático que hace poco más de dos meses reportó que la transparencia del sistema de Boleta Única Electrónica (BUE) porteño, no era tal: hoy recibe donaciones en joac.github.io/donations/ para afrontar los costos del juicio en su contra por daño informático, ya que, solo en abogados, tiene que pagar casi 30 mil pesos.X

La mala leche

Ser progres hoy

Por **Martín Rodríguez**

“Vengo a hablar mal del progresismo.” Qué aburrido y de ex progre dedicar tu vida a hacer mierda el progresismo, eso que somos más de lo que creemos y confesamos ser. Peronistas progresistas, radicales progresistas, populistas progresistas, liberales progresistas. Progresistas somos todos. En el mundo opositor hay una disputa dialéctica entre quienes dicen “el kirchnerismo no es progresista” y los que dicen “no, el problema es que justamente es progresista”. ¿Qué es el progresismo? ¿Ibarra? ¿El alfonsinismo? ¿El Centro Cultural de ex PC's? ¿Los derechos humanos? ¿La hegemonía cultural de los vencidos? En todo caso el progresismo o la izquierda social deberían nombrar el impulso de hacer resplandecer el igualitarismo argentino. Pero poner al progresismo en un lugar y nada más, constituirlo como identidad, es una aventura política que termina mal. En la Argentina peronista y radical.

Los periodistas Florencia Halfon Laksmán y Diego Igal entrevistaron el domingo pasado al amigo Marcelo Leiras, “director del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de San Andrés”, sobre progresismo. Copio textual su primera respuesta (extraordinaria):

“No es un término habitual del análisis de Ciencia Política sino más bien del discurso político. Es un modo de designar posiciones de izquierda con otro vocabulario, otro modo de decir ‘partidario de la redistribución progresiva’. Tiene cierto eco liberal. Es como ser partidario de la redistribución progresiva y, a la vez, interesado en la protección de las libertades individuales y el pluralismo. En lo histórico, es un movimiento de reforma del sistema político norteamericano de principio de siglo XX e implica un rechazo del establishment político. Fue un movimiento de demanda de apertura en el sistema político a intereses de sectores más amplios. Parecido a lo que implicó en la Argentina la aparición del radicalismo. El quiebre de una república oligárquica en los EEUU tuvo que ver con el movimiento progresista. Esa es la definición más amplia. Hay una connotación de progresismo en el discurso político argentino más reciente, creo que crítica, con dos vertientes: una que es populista que implica decir que ‘la combinación de preocupación por las libertades individuales y la redistribución progresiva no es posible. Un modo inmaduro de ver la política’. La política es confrontación de intereses y si uno quiere redistribución progresiva tiene que afectarlos, y eso puede implicar una violación

institucional. ‘Si sos progresista y te ponés mimoso con las instituciones, renunciás a la meta de redistribución progresiva y tu compromiso no es muy serio’. Un populista es una persona de izquierda seria que elige la redistribución progresiva. Hay otra crítica, desde la derecha, que le reprocha lo que entiende como desvíos populistas, en particular del gobierno del Frente Para la Victoria (FPV). Esa es la crítica asimétrica, lo contrario de eso: ‘En aras de la redistribución progresiva o de la defensa de políticas de extensión de derechos sociales, te morfás las violaciones institucionales y no te importa.’ Y de modo interesante, entre quienes discuten política hoy en la Argentina, nadie se declama progresista porque ocupar esa posición es vulnerable a esos ataques.”

¿Dónde está el progresismo hoy en la política? El kirchnerismo lo representa simbólica y territorialmente (sus minorías urbanas, su periodismo, sus divulgadores académicos, la militancia de capas medias, su herencia alfonsinista, la memoria de los desaparecidos). Aunque hay porciones que se han separado o que nunca se juntaron con el kirchnerismo y pretenden ejercer una representación más cabal de esa tradición, lo que hoy refleja la candidatura de Margarita Stolbizer.

Uno podría decir, siguiendo al lúcido Leiras, que el populismo actual (ese vértice que va de Laclau a 678) es una experiencia de pasaje entre quienes en los años 90 no temían ser llamados progresistas (y fueron abandonados de un republicanismo social denunciando que se robaba para la Corona menemista) que a través del kirchnerismo trocaron populismo por República con el agregado natural de cumplir la ley de la conversión: matar al que fueron. En todo discurso anti progre enfatizado leo a alguien mordiendo la cola. Si existe el llamado “ladriprogresismo”, también existe el “ladriantiprogresismo” de quienes hacen de la estética política una ética. Entiendo que los populistas de hoy fueron los republicanos de ayer. Al menos, ese frente progresista que constituyó la crítica radical al menemismo es parte constitutiva también del kirchnerismo. Diría entonces: ¿qué es el progresismo? Una identidad constante que habita la política argentina (PI, alfonsinismo, renovadores, Frepaso, kirchnerismo, DDHH) que si plebiscita sus ideas pierde, pero que domina con artes y oficios la mentalidad pública. Nunca estuvo tan en el poder como con el kirchnerismo. Y que frente al populismo liberal fue republicano (90's), y frente al republicanismo opositor fue populista (nuevo milenio).

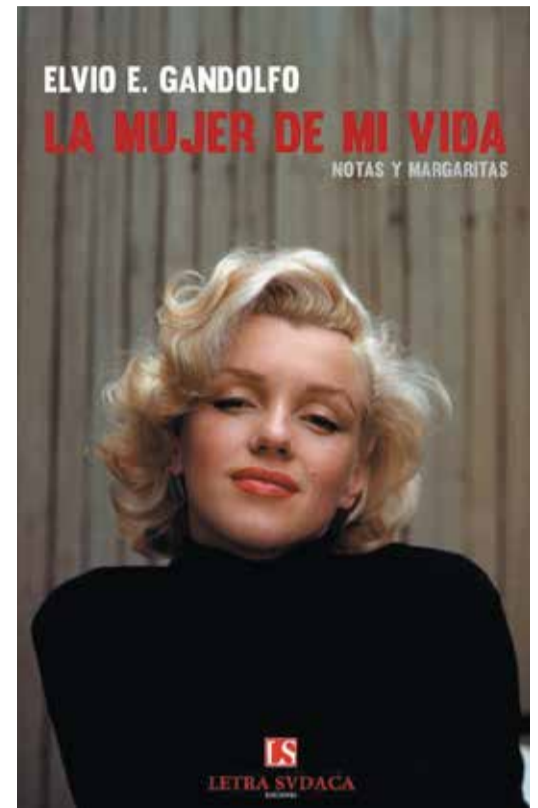
¿Y cómo sigue? X

La salidera

EVENTOS, LANZAMIENTOS, RECOMENDACIONES

La mujer de mi vida

En 2004 el escritor Elvio Gandolfo comenzó a publicar una serie de columnas breves en la ya extinta revista *La mujer de mi vida*, una publicación mensual dirigida por Ricardo Coler que, como recuerda el propio Gandolfo, se destacaba por ofrecer “números muy libremente monográficos sobre temas raros o abstractos: ‘¿Hace falta tener hijos?’, ‘Nada te viene bien’, ‘La secta de los naturales’, ‘¿Qué te impide pensar?’ o ‘Casi gay’”. Las columnas de Gandolfo acompañaban en gran medida esa tónica de la revista: apostillas que mezclaban reflexiones quirúrgicas y un poco “voladas” sobre la realidad, con textos sobre cine y literatura que por pequeños no dejaban de ser impecables, divertidos y también sentidos, aunque “en su punto justo”, como los que les dedicó a Mario Levrero y a Juan José Saer, tras sus respectivos fallecimientos. Ahora esas columnas acaban de ser recopiladas en *La mujer de mi vida. Notas y margaritas*, libro publicado por la editorial marplatense Letra Sudaca. Gandolfo, autor de la genial novela *Boomerang*, recuperó del arcón de las revistas muertas estas columnas -previo descarte de algunos textos “envejecidos por el paso del tiempo”, a las que le sumó unas cinco “margaritas”, extraídas de una popular sección de la revista donde Gandolfo y Sergio Olguín “deshojaban la margarita” y elegían qué les gustaba mucho, poquito o nada de la cultura y del mundo. *La mujer de mi vida* (el libro) es un muy entretenido compendio de ideas, reflexiones y anotaciones de uno de los grandes escritores latinoamericanos vivos.



Ciudades reveladas

Del 3 al 9 de septiembre se realizará la segunda edición de Ciudades Reveladas, la muestra internacional de cine que invita a transitar por nuevas búsquedas narrativas y políticas inspiradas por las ciudades. El ciclo contará con películas nacionales e internacionales, que en su gran mayoría no fueron estrenadas en Argentina, completando un generoso stock de obras que, desde distintos criterios estéticos y búsquedas narrativas, describen las ciudades a diferentes escalas: pequeñas y grandes urbes, sus procesos de transformación, movimientos, tensiones y detalles, sus calles y barrios, etc. Habrá diferentes secciones como una “Selección de Largos y Cortometrajes”

-donde, prometen, se hará presente la discusión en torno a la vivienda y los procesos de transformaciones urbanas; “Montevideo, caminos y derivas”, retrospectiva que rescata películas familiares de principio de siglo y recupera obras de ficción, cine experimental y documental social en torno a la ciudad oriental; y un poco de cine europeo a través de la colección “La ciudad moderna” / “Die Moderne Stadt”, que aborda la configuración socio-espacial y la planificación urbana que asumieron algunas ciudades europeas luego de 1945. La cita es en el Cine Gaumont (Espacio Incaa Km 0) y el Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti, todo con entrada libre y gratuita.

CIUDADES REVELADAS

2º MUESTRA INTERNACIONAL DE CINE Y CIUDAD

Staff

Director
Federico Scigliano

Editor
Diego Sanchez

Redactores
Martín Rodríguez
Emiliano Flores
Franco Dorio
Mariano Vespa
Julián Eyzaguirre
Romina Sánchez
Mariano Zamorano

Arte
Diego Paladino

Fotografía
Patrick Haar

Redacción:
Amenabar 23 (C1426AYB)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Contacto:
contacto@niapalos.org

Departamento comercial:
Tel.: 4776-1779

Internos: 156 y 159

Venta de ejemplares atrasados:
Azopardo 455.
Tel.: 4342-8476

Impresión: Editorial AMFIN S.A. Paseo Colón 1196. Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Distribución en Capital Federal y Gran Buenos Aires: New Site. Baigorri 103, CABA

Distribución en el interior: Inter Rev S.R.L. Av. San Martín 3442. Caseros Pcia. de Buenos Aires