

REVISTA *ANFIBIA*: «PENSAR DESDE LA MONSTRUOSIDAD»

Entrevista a su Director periodístico Cristian Alarcón

Grupo de Estudios “Revistas y publicaciones periódicas en América Latina: proyectos colectivos entre la política y la cultura” (CEL – UNSAM)

Cristian Alarcón escribió en los diarios *Página/12* y *Crítica* y en las revistas *TXT* y *Debate*. Coordina talleres de crónica en Buenos Aires y otras ciudades de América Latina. Es maestro de la FNPI (Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano). Desde mayo de 2012 dirige la revista *Anfibia* de la Universidad Nacional de San Martín. Entre 2013 y 2015 dirigió la Agencia de Noticias Judiciales (Infojus Noticias). Es fundador y director de *Cosecha Roja*, la Red de periodismo policial de América Latina. Es profesor en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social y director del posgrado en Periodismo Cultural de la Universidad Nacional de La Plata. Ha sido becado como profesor visitante por el *Lozano Long Institute of Latin American Studies* de la Universidad de Austin, Texas. Por su libro *Cuando me muera quiero que me toquen cumbia*, que superó las 26 reediciones, ha sido galardonado con el Premio Samuel Chavkin a la integridad en el periodismo. *Si me querés, quereme transa* generó una serie de fértiles debates sobre el concepto de verdad en la literatura, a raíz de su original manera de cruzar la ficción y la reconstrucción del testimonio. Su libro *Un mar de castillos peronistas* es una recopilación de las crónicas publicadas en la revista *Debate*.

INTRODUCCIÓN¹

Al momento de ser convocadas como grupo de estudio para producir un Dossier sobre revistas y publicaciones periódicas en la revista Cuadernos del CEL, la revista *Anfibia* apareció en la mesa de definiciones sobre artículos a incluir. Fue de súbito la idea, dado que como incipiente grupo veníamos centrando el trabajo en revistas pertenecientes al editorialismo programático latinoamericano de los años 20 y 60, por nuestros propios objetos de estudio y por el marco teórico que nos acoge.

Anfibia era para nosotras una referencia en nuestras lecturas personales, incluso con cierta admiración (y consecuente sensación de “inalcanzable”) por esa publicación que buscamos, como tantos lectores, cada vez que sucede un hecho que suponemos no será posible ver desarrollado con complejidad y profundidad por medios de comunicación más tradicionales. Vimos entonces en este *dossier* la posibilidad, por un lado, de acercarnos al equipo anfibio, conocerlo, aprender, generar una red. Y por otro, la introducción al estudio de publicaciones periódicas actuales, tan poco abordado teóricamente y tan novedoso, por los nuevos contenidos y por los nuevos formatos que la digitalidad trajo consigo a estos tiempos.

Esta entrevista, entonces, no constituye solamente el despliegue de reflexiones sobre nuevos formatos editoriales, modos de trabajo colectivo, el lugar de la no ficción en los medios de comunicación y el rol de la Universidad en la producción de conocimiento y su presencia en el debate público; resulta también una inmersión en nuevos objetos de investigación, que nos demandan nuevos o renovados marcos teóricos.

Por supuesto, también resulta, por qué no decirlo, en una alegría personal e intelectual para el grupo, ya que este primer encuentro abre caminos de conformación de redes de espacios dentro de la Universidad Nacional de San Martín que nos convoquen a un trabajo articulado y colectivo de producción de conocimiento comprometido y posicionado políticamente, en contra de los supuestos de neutralidad científica que en el siguiente diálogo se desandan.

¹ La entrevista fue realizada el 12 de abril de 2017.

Grupo Revistas: *Anfibia* es una revista que tiene vínculo con la Universidad, aunque no es una revista estrictamente académica. ¿Qué elementos componen la identidad de la revista y de qué manera aparecen en su contenido?

Cristian Alarcón: El gran desafío de la revista es el lenguaje, que permite distinguirse en el mundo académico y al mismo tiempo en el mundo periodístico - campos en principio tan excluyentes el uno del otro, pero que conviven y son la condición inicial de existencia de *Anfibia* -. La apuesta de *Anfibia* desde el inicio fue construir un lenguaje que tomase del periodismo narrativo y de la literatura las palabras, los verbos, las inflexiones y el modo de lo que podríamos llamar “la calle”, que en definitiva no es otra cosa que el espacio público, pero también significa de alguna manera “lo popular”, en un sentido muy amplio.

La revista tiene una identidad, o busca permanentemente la construcción de una identidad mutante, que tiene raíces en el mejor periodismo del siglo XIX, con una referencia clara hacia los modernistas y la experiencia modernista. No solamente como una escritura sino también como una forma de intentar retratar, asir e interpretar un mundo que en el siglo XIX se planteaba como casi incomprensible por las dinámicas y las explosiones de sentido que producían los cambios políticos, económicos y sociales del momento.

Conscientes de que el periodismo latinoamericano de alto nivel, que inspiró casi todos los países de la región, fue una de las maneras más efectivas de dibujar los contornos de las nuevas nacionales, lo que intenta decir *Anfibia* es que ante esta posmodernidad, ante estas crisis que atravesamos los sujetos hoy, es necesario retomar estas viejas escuelas que supieron ser en su momento instrumentos de interpretación de lo nuevo. El concepto de “novedad” asociado al concepto de “acontecimiento” son claves para poder forjar una agenda y producir intervenciones intelectuales de alto impacto en las discusiones públicas.

Grupo Revistas: ¿Qué distingue y qué acerca *Anfibia* a otras revistas del campo? ¿Hay vínculos o algún tipo de diálogo con revistas análogas en Argentina o en otros países latinoamericanos?

Cristian Alarcón: De alguna manera lo que hace es dialogar con lo que podríamos llamar ese corpus informe y muchas veces monstruoso que es la crónica latinoamericana. Monstruoso no en el sentido de la monstruosidad del freak, sino de la monstruosidad de algo que es multiforme. Porque el espacio de la crónica está habitado por múltiples discursos que están fundidos, en apariencia, en uno solo que es el de la narrativa. Como si la narrativa borrara las fronteras ideológicas, las contradicciones políticas, las diversidades culturales y la multiplicidad de perspectivas y de puntos de vista con los que están contruidos los relatos de no ficción en América Latina. *Anfibia* dialoga entonces con un campo que está permanentemente en cuestión, y sobre el que han teorizado los académicos que lo trabajan desde hace ya unas cuatro décadas, después de que los estudios culturales norteamericanos y los estudios literarios latinoamericanos pusieron su mirada sobre la

crónica y crearon todo un campo de investigación sobre los relatos de la no ficción o los relatos de periodismo narrativo en América Latina.

La revista es consciente de que dialoga con ese campo, antes que dialogar incluso con otros cronistas u otros espacios en donde se publican relatos de no ficción. Y en ese sentido, toma una posición que está construida en función de esas otras posiciones, que es la de un periodismo que asume una agenda comprometida con los derechos humanos, comprometida con las transformaciones urbanas, comprometida con los nodos de lo contemporáneo; allí donde las organizaciones sociales, políticas, los sujetos, las instituciones y los sistemas políticos - la sociedad, en definitiva - al mirar no logran avizorar con claridad los caminos que se van a seguir en el futuro mediato o no tan mediato.

En esa postura, que es una postura sumamente política, la revista construye una narrativa y una ensayística. Ahora, que es cada vez más fuerte la presencia de académicos, científicos y pensadores en nuestras páginas, construye una alternatividad periodística ante lo que yo llamaría “las narrativas liberales” de América Latina, que copan gran parte de la escena de la crónica y de la no ficción, desde una perspectiva sumamente anglosajona y bajo las viejas creencias, a pesar de que no lo reconocen y hacen bandera permanentemente con el concepto de “punto de vista”. Como si no hubiera diferencias por la propia singularidad, repiten de maneras oblicuas el esquema de la objetividad, es decir, la gran mentira de la objetividad.

Grupo Revistas: O sea que la apuesta es totalmente innovadora. *Anfibia* no tiene un modelo en su apuesta cuando se inició, del tipo “ésta es una revista en la que tenemos como referente...”.

Cristian Alarcón: Yo diría que *Anfibia* es sumamente respetuosa con algunos antecedentes de la crónica y construye su diferencia a partir de esos antecedentes. Podemos citar a *Etiqueta Negra*, que es una revista extraordinaria creada por Julio Villanueva Chang, un gran editor peruano que además dio un gran espacio a una camada de nuevos cronistas, y que incluyó a todos los integrantes de la larga lista del canon de la crónica internacional en sus primeros años. La revista *Gatopardo* que en Colombia y en México -aunque luego quedó solamente en México- le abre las puertas al periodismo clásico con entrevistas a famosos en la tapa, a los relatos de la violencia, a los relatos de la exclusión, a los relatos de las diversidades, de los problemas del medio ambiente, de la cuestión indígena; en fin, a estas agendas sociales y políticas alternativas.

Si miramos hacia atrás va a haber reminiscencias que tienen que ver con un periodismo argentino en el cual fue clave *Primera Plana*. Me parece que en nosotros hay un homenaje si se quiere a la tarea de Tomás Eloy Martínez como editor de *Primera Plana*, en el sentido de que nosotros hacemos periodismo económico y político, y crónica y narrativa siempre pensando en que hacemos periodismo cultural. En definitiva, podríamos decir que

somos una revista cultural. Una revista cultural profundamente política. Porque nunca nos apartamos de la literatura, nunca abandonamos el ansia y la búsqueda estética, nunca cejamos en nuestro intento de ser bellos además de profundos. Y de ofrecerles a nuestros lectores además ese confort de la búsqueda de la belleza como una especie de imperativo, aun cuando a veces nos sumergimos en las aguas más barrosas de la actualidad.

Primera Plana, como *La Opinión* también, fueron espacios donde la narrativa ganó lugar y tuvo una relación directa con la actualidad. *Primera Plana* era una revista, por ejemplo, que no publicaba firmas, que todo era reescrito por sus editores para lograr un estilo que construyese una identidad dentro de la revista. En ese sentido somos diferentes: nosotros apostamos a la singularidad de nuestros autores; eso es propio de otra época. Pero sí *Primera Plana* es de alguna manera también un espacio, una revista de sectores medios aspiracional, que decía en su momento qué era lo que había que consumir en cultura, cuáles eran los temas claves de las transformaciones de la época. En ese sentido, hay un dejo, un guiño a esa *Primera Plana*. Pero luego también por supuesto hay un guiño a las grandes revistas de las izquierdas de los años '70: *Crisis* me parece que fue una experiencia en la que también uno se mira; aunque hoy, si nosotros miramos a la revista *Crisis* de hoy seamos sumamente distintos y de manera muy vecina construyamos agendas diferentes y estilos completamente diferentes, y convivamos.

Calculo que algunos de nuestros lectores también son lectores de esta *Crisis* contemporánea, que es tan distinta a la de los años '70.

Y después, quizás por mi propia experiencia, un lugar en el que yo pude hacer un periodismo narrativo de cobertura, o sea un periodismo narrativo de urgencia, que fue el *Página12* de los años '90, que no es el *Página12* de hoy. Es un lugar en el que algunos periodistas nos volvimos y nos convertimos en autores escribiendo las páginas del diario. En el *Página12* de los '90 había todavía una ambición literaria en el periodismo, que abandonaron después.

Grupo Revistas: En estos casi cinco años de trayectoria, ¿hubo muchos cambios en la revista? ¿Se corrigió algo del camino? ¿O es bastante homogénea?

Cristian Alarcón: Diría que el destino de *Anfibia* goza de una sola circunstancia que la vuelve estable y férvida, que es su existencia de la mano de una Universidad como la Universidad Nacional de San Martín. La institucionalidad de *Anfibia* está presente en la fortaleza que tiene como proyecto académico, y como espacio de investigación en una Universidad de investigación. Siempre la pensamos como un laboratorio más, aunque nuestra redacción esté en la zona de las redacciones porque pertenecemos al mundo del periodismo, al mismo tiempo que al mundo académico. Pero nosotros simbólicamente nos vemos como uno de esos laboratorios complejísimos y futuristas que se pueden ver en el Campus de la Universidad Nacional de San Martín. Nos sentimos tan laboratorio como el

que desarrolla energía nuclear. En ese sentido, tenemos una identidad construida desde ahí y creo que ésa es nuestra mayor seguridad. No solamente porque la revista es sostenida por la Universidad en términos de recursos, sino también porque hay una decisión clara de parte de la Universidad de abrir un espacio que está construido desde la Universidad para la sociedad, que tiene como misión este aporte cotidiano de información y de perspectivas nuevas, y de iluminación de los intelectuales argentinos que participan de la revista hacia determinadas fronteras temáticas.

Todo lo demás es azar; azar en el mejor de los sentidos, en un sentido walsheano. Walsh dice “yo estaba escribiendo mi novelita tomando una cerveza en un bar, en el bar del club de ajedrez de La Plata, cuando alguien dijo «Hay un fusilador que vive»”; y construye ahí una propuesta literaria que es que ningún sujeto que en definitiva busca la trascendencia con la literatura puede soslayar el sonido certero de una antigua historia potente como la que se le planteaba a él con *Operación masacre*. Y nosotros rescatamos esta condición azarosa que en definitiva siempre está dada por la realidad. Porque es azarosa.

Quiero decir, podemos detenernos a analizarla, podemos planificar. Todos los años nos reunimos para pensar la revista, hacemos un retiro casi espiritual desde mucho antes que lo hiciera este gobierno, en el Viejo Hotel Ostende, que es nuestro aliado, que es el hotel que se nos ha convertido casi en parte misma de la revista, en la relación que hemos construido con ese espacio literario también. Nos sentamos a pensar qué vamos a hacer el próximo año, cuáles son los desafíos que tenemos, porque tenemos que asumir lo que cambiamos sin darnos cuenta el año anterior. Y cuando pensamos en lo que vamos a hacer, sabemos perfectamente que no vamos a cumplir con esa agenda, porque la agenda va a llegar y va a estar impuesta por otras cuestiones. Por ejemplo, evaluamos hace un año que íbamos a vivir un año de profundas conflictividades sociales, y ese año es éste. No fue el año pasado. Uno podría hacer algunas previsiones y esas previsiones cambian.

Grupo Revistas: ¿Qué hay de la identidad de la revista que impulsa determinados cambios o se resiste a otros?

Cristian Alarcón: Como su condición es digital, la revista experimenta los cambios a los que se arriesga. A pesar de preservar el confort de lo analógico, somos profundamente digitales. Eso se refleja en el formato de la revista, en su forma de lectura, la disposición de los textos, el trabajo con las imágenes, con las fotografías, con las ilustraciones, el orden interno de la página - sobre todo en los celulares, porque el 60% de nuestros lectores, que son un promedio de 400 mil personas por mes, nos leen en dispositivos móviles-.

Y eso nos significa cambios permanentes de rumbo, y crisis esporádicas que tenemos que soportar con mucho temple porque nos vemos interpelados por nuestros lectores, porque los lectores digitales deciden con sus dedos permanentemente dónde están y dónde no están. De manera que tenemos picos de visitas que son enormes, y tenemos

mesetas de visitas, o sea de lecturas. Tenemos que ir leyendo esa marea, a veces caprichosa, que es la marea del interés del otro, de los otros, que son los que construyen en definitiva nuestra comunidad, la comunidad de *Anfibia*. Que en principio es una comunidad adentro de la Universidad de San Martín, porque tenemos una identidad fuerte, construida muy lentamente y de manera muy respetuosa con los docentes, los investigadores - sobre todo con los investigadores y los alumnos de la Universidad - y al mismo tiempo con muchas otras comunidades que son las que nos están marcando el camino, a las que nosotros nos vemos no solamente obligados sino que además nos parece lo más divertido del mundo escucharlos y tratar de sentirlos; una especie de ejercicio de sensibilidad política para construir nuestras agendas y decidir hacia dónde vamos.

Ante las muertes en el recital del Indio Solari emprendimos por lo menos cinco o seis textos que fueron muy difíciles de producir, porque aquí se trabaja con la ambición de calidad de una revista mensual o trimestral que al ser digital demanda una velocidad, no como la de un diario, pero sí como la de un semanario, o a veces mucho menos que un semanario. Es decir, la noticia fue a la madrugada, a las 10 de la mañana nos pusimos a trabajar, y Pablo Alabarces decidió que podía escribir a la una o a las 2 de la tarde. Después de su comida familiar se sentó mientras conversaba con una colaboradora que casualmente teníamos en el lugar, y los editores que estaban acompañándolo, mientras [el departamento de] Arte buscaba una solución estética a la ilustración teniendo en cuenta que no teníamos fotografía en el lugar. A las 9 de la noche el texto de Alabarces salió a las redes y tuvo un pico de 680 mil visitas. También hay cosas en las que nosotros confiamos y que creemos que igual deben existir aunque tengan 40 mil visitas o aunque tengan 15 mil visitas.

Grupo Revistas: Claro, el impacto es inmediato.

Cristian Alarcón: No tanto. Sucede que nuestros lectores están cada vez más acostumbrados a esperar una lectura de *Anfibia* para poder también hacer una lectura propia. Nosotros somos un alimento de la construcción de múltiples posiciones en el mundo de sujetos interesados en lo real. Porque habitan el mundo de manera política, porque son conscientes de la importancia de la información y sobre todo de la importancia de la lectura de lo real, más allá del material que le ofrecen los medios tradicionales. Entonces ante determinados acontecimientos el lector de *Anfibia* está esperando la voz de *Anfibia*.

Grupo Revistas: ¿Las cuestiones presupuestarias tuvieron algún tipo de influencia en la decisión por el formato digital?

Cristian Alarcón: Yo creo que no, que en su caso no fue una decisión vinculada a lo económico, más allá de que hubiera sido realmente muy duro soportar el costo de una edición en papel con la calidad que nosotros queríamos.

Grupo Revistas: Claro, porque tiene una apuesta estética fuerte.

Cristian Alarcón: Para poder tener estas imágenes en papel hubiéramos necesitado una revista de altísima calidad de papel, pesada, casi que de escritorio, de mesa del living, una revista ambiciosa, que seguramente hubiera sido delicioso tenerla, todavía tenemos la rémora esa, una especie de nostalgia por el papel. De hecho publicamos un libro con la editorial de la Universidad que le fue muy bien, que nuestros lectores agradecieron tener el libro en la mano. Ahí hay algo del fetiche que no se puede soslayar y no podemos olvidar, y que los que leemos libros sabemos perfectamente de qué se trata esta relación con el objeto. Pero creo que Carlos [Ruta]² tuvo una visión, como muchas veces le pasa, el día que me dijo “*dejemos de pensar como si todo tuviese que ser de papel; si todo va a ser digital, háganla digital*”. Inclusive cuando cuento los procesos que hemos vivido, cuento la misma anécdota, que yo le dije, como se diría y debe decirse ante cualquier posibilidad de financiación de un proyecto maravilloso, “*qué gran idea, Carlos*”, mientras por dentro me quería morir, porque no sabía cómo la iba a hacer, no tenía la menor idea.

Y ahí está la Universidad, dándote un empujón y lanzándote hacia lo desconocido, como debe ocurrir ante la aventura del conocimiento siempre. Ese nivel de inseguridad, de riesgo, de riesgo metafísico, que implica búsqueda, que implica experiencia, que implica compromiso, que implica autonomía, porque implica una enorme libertad. Porque sólo alguien que puede empujarte de esa manera, puede después habilitar a tener la autonomía que tiene *Revista Anfibia*, que es el espacio absolutamente autónómico en el que se construye con la voluntad de sus lectores y de sus autores, y de su equipo de editores. No hay ningún tipo de imposición. Debe ser, digo yo con muchísimo orgullo, uno de los espacios mediáticos con mayor libertad de América Latina, conociendo muchísimo cómo se gestan las agendas y cómo se construyen los discursos en los medios, por haber trabajado en ellos, no solamente yo sino todo mi equipo.

Grupo Revistas: La estética y el diseño son marcas distintivas de *Anfibia*.

Cristian Alarcón: Sí, hemos hecho varias experiencias y nos vivimos transformando. Hemos ido mutando, porque el concepto de mutante me parece que en este caso funciona, se lo tomo prestado a Omar Rincón, que es un investigador y un intelectual que lee medios de manera brillante, de la Universidad de los Andes de Bogotá, que habla de periodismo mutante. Y cuando habla de periodismo mutante suele hablar de *Anfibia*. Yo creo que ahí hay un concepto que nos viene muy bien para poder pensarnos en función de estas búsquedas, de lo que significa vivir en una búsqueda constante. Y también tomar conciencia de que si te interesa hacer un periodismo diferente, en realidad te interesa hacer

² Rector de la Universidad Nacional de San Martín

una vida diferente, y esta experiencia requiere de transformaciones que vengan a satisfacer también una lúdica, una posibilidad de juego.

Entonces ha habido muchos cambios. En algún momento fuimos más fotográficos, por ejemplo. Ahora jugamos muchísimo más con la ilustración. Estamos en las puertas de un nuevo diseño y este diseño sería el tercero en 5 años. Estamos hablando de un cambio de diseño cada año y medio promedio. Eso es mucho para un medio gráfico, los cambios de diseño demoran mucho tiempo. En un medio digital el tiempo adquiere otra significación; pareciera ser que se acelera, porque hay una convivencia con el objeto en este caso. Vos al objeto analógico lo abandonás en la biblioteca o en la mesa de luz o en algún rincón de la cartera, y te deshacés de él. Al objeto digital no lo podés abandonar porque está presente en tu celular, y en tu laptop; en tu trabajo, las ocho horas que estás sentado en la computadora, si hacés un trabajo de oficina o un trabajo de escritorio; pero si no, cada vez más, en tu dispositivo móvil. Entonces, la convivencia con el objeto es una convivencia cotidiana, porque te llega a través de las redes sociales. Entonces, la presencia, la distinción en este caso, se produce en un espacio común, comunitario de alguna manera, que es la red social. De manera que la reiteración de la llegada de ese mensaje a tu vida cotidiana es mucho más intensa y mayor que un mensaje analógico.

Esto yo creo que produce también un desgaste mayor. El ojo se entrena de determinada manera, primero para reconocer identitariamente eso que le llega, pero luego también para decir *“mmm ya lo vi varias veces, no sé si tengo ganas de seguir viéndolo”*. Y eso a nosotros nos da una libertad enorme; para mí, a esta altura, con todo lo que me daba miedo hace 7 años cuando esto comenzó –la revista estuvo un año y medio en proceso de creación- yo tenía miedo, miedo de no estar a la altura de lo que significaba este pensamiento digital, que es un pensamiento dinámico y anfibio que te obliga a una transformación permanente sin sufrir.

No puede haber ninguna angustia en esto, sino que tiene que haber un profundo placer por la idea de estar a la altura de las circunstancias, de estar a la altura del placer que significa cambiar. Y eso ha hecho que también ensayemos distintas perspectivas y distintas experiencias con el diseño. Ahora estamos en época de diseño, y yo estoy feliz. Porque tenemos un diseñador que me encanta su trabajo y que interpreta lo que buscamos. Nosotros aprendimos mucho también. A mí me encanta, siempre me gustó el arte y tuve una buena relación con el arte sin ser un experto. Es difícil en el gremio la relación entre redactores y fotógrafos; y yo siempre tuve una excelente relación con los fotógrafos a nivel personal, a nivel humano, en profunda complicidad y de profundo compromiso en mi caso por la búsqueda del otro.

Ahora de alguna manera eso me permite un diálogo muy transparente con esta búsqueda estética. Estoy bastante allí. Con esto, entre nosotros, soy insoportable. El chiste en la redacción es que tengo que ver todos los flyers que se publican para promocionar

nuestras actividades. Para darte una idea. Quiero decir, me importa mucho cómo definimos. También es cierto que como es un equipo de talentos tan hermoso con el que trabajo, rápidamente interpretan hacia dónde vamos y qué estamos buscando. Porque tienen que ser cada vez más recursivos, no solamente porque es carísimo el arte, sino también porque no tenemos tiempo. Muchas veces se trata de tener una plataforma de pensamiento que te permita resolver, de forma siempre original, algo para ya.

Grupo Revistas: ¿Cómo es la dinámica del equipo de *Anfibia*? ¿Con qué periodicidad se reúnen? ¿De qué manera se distribuye el trabajo?

Cristian Alarcón: Yo asumí el rol que me toca cumplir en la revista con la conciencia de que quería ser director, que era un lugar, el de director periodístico, que prácticamente no existía en proyectos pequeños de revistas culturales o de revistas mensuales. Porque por los ajustes de la década del '90 había quedado instaurada la idea de un director que era editor, editor de arte, escritor de epígrafes. La multifunción en la figura de un editor; y el director, el dueño, el propietario o alguien más vinculado a la excelencia. En *Anfibia* hay un Director Ejecutivo, que es Mario Greco, que está ligado a los contenidos porque es alguien que viene de la sociología y que tiene una perspectiva desde las ciencias sociales, desde la literatura; aparte es el Director de *Lectura Mundi*, de manera que las conversaciones entre los dos directores, el Ejecutivo y el Periodístico, definen muchísimas veces el rumbo de la revista. Pero hay un Director Periodístico que funciona de director, es decir que traza las líneas fundamentales y que define permanentemente qué, quién y cómo. Con un diálogo, ya a esta altura, de viejos compañeros de cancha, compañeros de mucho camino, que son capaces de interpretar de manera cada vez más mágica esto que se construye colectivamente. Porque termina siendo lo que los editores hacen con los autores. Nunca, excepto en algunas contadísimas ocasiones, yo he editado un texto de *Anfibia*; lo editan los editores. Como también en pocas ocasiones edito las imágenes, las editan los editores de arte. Pero siempre estoy.

Es lo mismo que en definitiva el Rectorado de la Universidad hace con nosotros: la posibilidad de la autonomía. Porque sin autonomía no hay innovación. Entonces yo trato de no ser tan controlador, excepto cuando me preocupo - porque ésa es también la tarea: tomarle el pulso al éxito que tiene el producto -. Yo soy responsable del éxito de *Anfibia*. Eso es integral. Tiene que ver con la calidad de nuestros contenidos, la pertinencia de nuestros temas, lo apropiados que son nuestros autores. Y estoy preocupado por el alcance que tenemos, por el nivel de incidencia que tenemos, por cómo articulamos con otros medios de comunicación, por si funcionamos o no en las redes sociales, si nos comparten o no, si nos leen, cuánto tiempo se quedan en nuestros artículos, si estamos presentes en el resto del espacio mediático, que es algo que finalmente después de 5 años hemos logrado y cada vez con mayor intensidad y fuerza.

Hay una permanente transmisión de las ideas, de los conceptos, que aparecen por primera vez en *Anfibia*, y que luego pasan a la radio, a la televisión, o que incluso viajan hacia la academia y se reconfiguran y se mezclan con otros conceptos y con otras ideas. Esa dinámica de la alimentación y del feedback permanente con otros espacios es porque *Anfibia* no puede empezar y terminar en su comunidad.

Grupo Revistas: ¿Y quiénes conforman la comunidad *Anfibia*? ¿A quiénes y a dónde llega la revista?

Cristian Alarcón: Sabemos que el 50% o más de nuestros lectores tienen entre 18 y 34 años, que a medida que la edad sube tenemos menos lectores pero que también tenemos lectores de hasta 45, menos de hasta 55 y menos de 55 para arriba; que nuestros lectores son universitarios que terminaron la carrera o que están en proceso de formación, porque todos esos jóvenes pertenecen a las universidades públicas en general y están en carreras de ciencias duras, ciencias aplicadas, ciencias sociales, que una porción importante de ellos están interesados en un consumo cultural sofisticado, acuden a galerías de arte y exposiciones, que son cinéfilos, que van al teatro, que leen por lo menos dos libros por mes, que están interesados en lo novedoso, pero en lo novedoso nutricional. Una cantidad de informaciones, casi de un nivel más de marketing digital sobre quiénes nos consumen. Y lo más importante: llegamos a los decisores, a los *policy makers* de los ámbitos de la política, de la economía y de la academia. Llegamos a las organizaciones sociales, llegamos a las escuelas, y llegamos a las escuelas secundarias, somos material de estudio en las universidades. Ahí es donde realmente comienza, para mí, la verdadera viralización. Porque puedo tener un artículo con 680 mil visitas y viralizar a nivel de redes sociales. Pero es distinta esta inserción que es poder diluirse en la discusión pública.

Creo que [Carlos] Ruta lo ha planteado así en algún momento: *Anfibia* es el ágora contemporánea. Este ágora que está delimitada por una comunidad, que está trazada por distintas cualidades, y me gusta. Nos han criticado, ante la pregunta “¿*Anfibia* es una revista de elite?”, ¿qué contestamos nosotros? ¿Sí o no? Somos una revista en principio para un determinado tipo de público con determinados intereses. Sí, somos muy porteños, cada vez menos, cada vez más federales, cada vez más bonaerenses; muy latinoamericanos. Pero paradójicamente después de Argentina, el país que más lee la revista *Anfibia* es EEUU. ¿Por qué? Porque nos leen todos los académicos que estudian ciencias sociales o literatura de América Latina. Entonces nos leen en las universidades norteamericanas. Estamos en Austin, estamos en California, estamos en Nueva York, estamos en Chicago, estamos en Atlanta, estamos en La Florida.

Grupo Revistas: ¿Qué tan importante es que la revista tenga lectores asiduos en otros países?

Cristian Alarcón: Estamos hablando siempre de producción de conocimiento. O sea, nos instalamos en el centro de las escenas de producción de conocimiento. Y cuando digo que nos viralizamos en lo real, digo que entonces nos diluimos en esas aulas, en esas otras aulas contemporáneas, y dejamos de ser *Revista Anfibia*, y dejamos de ser Universidad de San Martín. Y somos contemporaneidad pura, nuestra identidad tiene que servir justamente para que circule de tal manera lo que producimos para que exista más allá de nuestra identidad. Eso es en definitiva lo más placentero de producir sentido. Producir sentido es instalarse en el contemporáneo, llegando de maneras a veces misteriosas a aquellos lugares donde otros podrán crear nuevas ideas. Mi concepto de innovación está ahí.

Hay que hacer conciencia cotidiana de que todo lo que hagas funcione, y que sea eficiente. *Anfibia* es un espacio de mucha eficiencia en ese sentido. Tiene esa ambición periodística. Una y otra vez hace memoria sobre sí misma y dice “puedo convocar a los mejores pensadores, a los más interesantes, puedo convocar a los mejores narradores, a los mejores artistas, y puedo jugar a ser profundo y bello, a la belleza y a la profundidad.” Luego, de todo eso, puedo ambicionar pertenecer al mundo o dejarme ir. Y eso es profundamente democrático porque es extrañísimo también como producto, que un producto donde hay tanta inversión sea tan gratuito y tan universal. Ahí es donde la condición digital la vuelve extraordinaria, y nos vuelve a nosotros como una especie de activistas; somos activistas de la revista. Quienes trabajamos en la revista tenemos un compromiso con la revista que es sumamente político, es un espacio muy propio al mismo tiempo del colectivo y al mismo tiempo de UNSAM. Si no, no podríamos existir o coexistir. Porque ahí hay también mucha convivencia. Somos personas que nos queremos mucho.

Grupo Revistas: Volvemos a los lectores argentinos. ¿Qué hace falta para que la revista sea menos porteña, como usted dijo, y se vuelva más federal?

Cristian Alarcón: La búsqueda de sponsors que nos permitan que nuestros cronistas viajen.

Grupo Revistas: ¿Y buscar cronistas en otras provincias?

Cristian Alarcón: Lo hemos hecho. Pero las dinámicas de trabajo de los periodistas que ejercen el oficio cotidianamente en general es que estas ocupaciones cotidianas no les permiten las velocidades a las que nosotros necesitamos respondernos, tal como nosotros lo pedimos. Eso nos pasa también acá.

Esto significa que nosotros lidiamos con una dificultad de recursos humanos muy importante, que no solamente tiene que ver con la dificultad de los recursos materiales, sino

que tiene que ver con cómo encontrar autores que estén dispuestos a producir en tiempo real. Si tenés un trabajo en una redacción o en un Ministerio o en una empresa de comunicación o en una institución de 8 horas por día, es muy difícil que le digas a tu jefe “voy a escribir una nota para *Anfibia*, vuelvo pasado mañana”. Y si tenés tres trabajos, como todo el mundo, es más difícil todavía. Entonces, vamos encontrando otros autores que tienen mayor disposición; la disposición es importante. Me defrauda a veces no encontrar tantos jóvenes, no encontrar más jóvenes, que son los que más tiempo tienen, dispuestos a lanzarse a la experiencia, sobre todo porque el problema que tenemos es que no hay buenos niveles de formación en narrativa en el grado de periodismo, en los grados de periodismo. La lectura de la buena literatura llega muy tarde o no llega nunca a las escuelas de comunicación. Y también llega tarde y en escasa cantidad en las privadas. Entonces son sólo algunas almas excepcionales y voluntarios las que tempranamente abrazan la literatura como una forma de ejercer el periodismo. No los encontramos habitualmente. No se trata sólo de escribir bien y bonito; para poder escribir un texto anfibio hay que tener ciertas convicciones; y eso también vuelve más escasos a los autores.

Luego viene el problema de los egos. Tenés que soportar una edición de *Anfibia* y tenés que estar dispuesto a recibir el texto una, dos y tres veces para volver a reescribirlo, que tus editores además te pidan más información, más escenas, más personajes, más profundidad en los personajes. Eso nosotros defendemos todavía, y ahora estamos en una situación en la que crecen los ensayos. Hemos logrado una relación maravillosa con algunos de los investigadores y académicos que más colaboran con nosotros, que nos permite un diálogo que cada vez es más fluido y más sencillo. Y ya comprendieron y encontraron su propio estilo dentro de lo que es esto del ensayo anfibio. Un texto que no debe ser demasiado largo, que en determinada cantidad de párrafos debe ser capaz de plantear con estilo una problemática compleja, y que debe además aportar pensamientos nuevos en torno a esa problemática con gracia, con algún tipo de gracia. Ahí hay una competencia desleal en este momento del ensayo versus la crónica, porque el ensayo lo escribe alguien que leyó mucho, que piensa mucho, que sabe mucho, con la información que le provee lo real sin necesidad de hacer antropología, sin necesidad de hacer etnografía.

En cambio en la crónica sigue existiendo la etnografía y es mucho más trabajo. Estamos en este momento en un momento de resistencia de la crónica, pensando realmente si seguimos apostando a textos tan largos como los que hemos publicado hasta ahora, si no encontramos autores capaces de retratar el relato de los acontecimientos que van a formar parte del devenir de los próximos años, que van a ser años difíciles, escenas difíciles de contar.

Todo el tiempo estamos pensando en qué necesitamos. Crecer demanda de estrategias que puedan hacer sostenible el crecimiento. Si yo tuviese la posibilidad seguramente armaría una redacción megalómana: tendría diez cronistas permanentemente

listos para salir ya en helicóptero a cubrir la inundación de Comodoro Rivadavia a donde no puedo llegar porque no puedo llegar, por ejemplo.

En el proyecto más megalómano de todos, ¿cuál es mi antojo como director periodístico, como periodista o como buscador, experimentador en este campo? Que alguien lo financie para poder tener un equipo que esté dispuesto a salir en cualquier momento a la cobertura de un acontecimiento como se hacía en las viejas épocas que nos sacaban a todos de las redacciones de una hora para otra. En los '90 ya no existe eso. Los medios ya no mandan enviados especiales, no existe más la figura del enviado especial. En este momento, ¿quién es el periodista que mejor está cubriendo la inundación de Comodoro Rivadavia? No sabés, porque no hay un nombre asociado a *Clarín* o *La Nación* o *Página12*, que son los tres diarios, o *Ámbito Financiero*. A mí me encantaría tener un equipo de realidad virtual que en tiempo real saliese hacia el acontecimiento, pudiera dos o tres días producir un material único que les permita a los lectores ver lo que le está pasando a otros en una situación determinada.

Grupo Revistas: Me cuenta que es difícil encontrar colaboradores externos para *Anfibia*, que el proyecto editorial tiene particularidades que exigen determinada formación del periodista o escritor. ¿Los talleres que se dictan en *Anfibia* tienen la intención de promover cierta forma de practicar el oficio?

Cristian Alarcón: En el trabajo del lenguaje, donde está nuestra principal disputa política, nosotros comprendimos que había que darles herramientas a nuestros lectores para que ellos construyeran caminos que los acercaran a la idea de “anfibiedad”. Cuando empezamos a trabajar la idea de “Comunidad Anfibia”, que es un grupo de lectores fanáticos que están muy cerca nuestro, en diálogo permanente con nosotros, y colaboran con nosotros de múltiples maneras, nos dimos cuenta de que ellos estaban dispuestos a ayudarnos. Es una fuente de recursos importantes, de pertenecer a esta comunidad y para eso nosotros teníamos que ser recíprocos.

Lo que teníamos en definitiva en nuestra lista de autores eran grandes maestros. De Mario Wainfeld hasta Luciana Peker, pasando por Marta Dillon, Silvina Heguy, Martín Ale, Sonia Budassi, que son editores de la revista, el propio Tomás Pérez Vizzón, que es muy joven pero que ya es un talento en todo lo que tiene que ver con el periodismo digital. De afuera, estamos trayendo a María Fernanda Ampuero Entonces. La idea de tener estos autores, no sólo como escrituras sino también como presencias, era que pudieran tener un espacio de interacción con nuestros lectores, que a los lectores les permitiera llevarse algo más que un texto; que pudieran hacer su propia experiencia, trayendo lo suyo, confrontando sus producciones con estos maestros, obteniendo algunas iluminaciones en sus caminos que les permitan hacer su experiencia anfibia. Y es cada vez más la cantidad de gente, es mucha gente la que pasa por el aula de *Anfibia*.