

íJ*W%

Carlos Ulanovsky - Pablo Sirven

m

ué desastre la TV (pero cómo me gusta...)

*Argentina desde la pantalla
1999-2009*

-4*

i



Carlos (J)lanovsky
¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta. .) / Gados Ulanovsky y Pablo Sirven.-
1ª ed. - Buenos Aires : Emecé, 2009.
368. : 25x16 cm.

ISBN 978-950-04-3208-5

1, Medios de Comunicación 2. Historia de la Televisión . Pablo Sirven
CDD 302.234 509

Prólogo: Hugo Di Guglielmo

Textos especiales

Los deportes: *Ezequiel Fernández Moores*

Las series: *Dolores Grana*

El cable: *Emanuel Respighi*

Asistencia Periodística:

Carmen Torcellán y Constanza Guariglia

© 2009, *Carlos Ulanovsky y Pablo Sirven*

Derechos exclusivos de edición en castellano
reservados para todo el mundo

O 2009, Grupo Editorial Planeta S.A.I.C.

Publicado bajo el sello Emecé®

Independencia 1668, C 1100 ABQ, Buenos Aires, Argentina
www.editorialplaneta.com.ar

Diseño de cubierta: *Departamento de Arte de Editorial Planeta*

V edición: noviembre de 2009

5.000 ejemplares

Impreso en Primera Clase Impresores,
California 1231, Ciudad Autónoma de Buenos Aires,
en el mes de octubre de 2009.

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares
del "Copyright", bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción
parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos
la reprografía y el tratamiento informático.

IMPRESO EN LA ARGENTINA / PRINTED IN ARGENTINA

Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

ISBN: 978-950-04-3208-5

DEDICATORIAS

A la memoria de Jorge Guinzburg y Adolfo Castelo. A los colegas
Adriana Schettini, Marcelo Stiletano y Julián Gorodischer por su
manera inteligente de desarrollar la crítica de medios y especial-
mente la de televisión. Para mis hijas Julieta e Inés, mi yerno Die-
go y mis nietos Bruno y Carmela. Para Liliana Lorenzo.

CARLOS ULANOVSKY

A Pepe Biondi y Tato Bores, por el mucho bien que le hicieron a
la TV de otros tiempos. A Sebastián Ortega, Juan José Campane-
lla y Damián Szifrón por demostrar que es posible mantener vivo
parte de ese espíritu noble (y tener éxito) en la TV actual. Y por
supuesto: a todas las mujeres de mi vida...

PABLO SIRVEN

LOS HECHOS DEL AÑO

Año extraño el 99: en lo institucional, después de insistir inútilmente con su re-re-elección, llega a su fin el poder del menemismo; pero a nivel global el mundo se agita ante la proximidad de la llegada del emblemático año 2000 y todos, absolutamente todos, en cualquier latitud, temblamos ante la posibilidad que nuestras computadoras y otros artefactos dependientes de la informática enloquezcan ante tan drástico cambio de milenio y de siglo (aunque muchos porfiaran en que para eso todavía faltaba un añoV

Productoras al poder

En el fin de siglo las productoras independientes locales llegan al gobierno de la TV abierta con muchos más de sus contenidos e influencia sobre las programaciones de los canales. Pero en paralelo se produce una gran invasión de formatos de ciclos hechos en el exterior.

Es también 1999 el año en que las grandes corporaciones se reparten el control de la transmisión de los tres grandes sistemas televisivos: el aire para Telefónica (Telefe y Azul que, en poco tiempo, se convertirán en "canales primos hermanos" y será usual el intercambio de ejecutivos entre una señal y otra); el cable para el CEI y Hicks, y la televisión satelital para el Grupo Clarín (además de conservar sus posiciones en Multicanal, potenció DirectTV) y Telecom (Sky Argentina).

En el primer rubro resultará más clara la sinergia entre Pol-ka y Canal 13 (que posee el 30% de la productora de Adrián Suar), al que también aporta Promofilm (Horacio Levín) con *Causa común*, *Sorpresa y media*, *Fort Boyará* y la todavía inédita *Operación Robinson*.

Suar se hace fuerte con dos potentes tiras en horarios consecutivos (*Gasoleros* y *Campeones*), un semanal prestigioso en torno de las terapias de grupo (*Vulnerables*, con Jorge Marrale, Soledad Villamil, Damián de Santo, Inés Estevez, Alfredo Casero, Sandra Mihanovich y Gustavo Garzón, entre otros), dos miniseries (*Por el nombre de Dios*, con el propio Suar, Alfredo Alcón y

Carina Zampini, en una historia de ficción con componentesseudorreligiosos, y *El hombre*, donde Osear Martínez hace de presidente de la Nación), dos especiales de Alfredo Casero y el corto animado *Los Pintín*.

"Si el año anterior -reseña Luis María Hermida, en su balance del año televisivo (*Clarín*, 29/12/99)— 68 programas fueron producidos en forma total o parcial de manera independiente (24 independientes y 44 coproducciones), en 1999 la cifra trepó a 73 (29 y 44, respectivamente). Los cambios más significativos se dieron en América, que pasó de 19 coproducciones en el 98 a 30 este año, definiendo de tal manera una pantalla tan ecléctica como escasa de rating. Azul Televisión, que no se mostró mucho más coherente en su política, aumentó el número de sus producciones independientes (de 11 a 13) al tiempo que disminuyó las coproducciones (de 6 a 3). Canal 13, que siguió mostrándose como el más consecuente con las nuevas formas de hacer televisión, cierra el año con 15 independientes (2 más que el año anterior) y 9 coproducciones (3 menos que en el 98). Mientras que Telefe, haciendo uso de su liderazgo de audiencia en algunos segmentos, mantuvo su bajo nivel de tercerización con apenas una producción independiente (*PNP*) y cuatro coproducciones."

Los nuevos dueños de la TV —Suar, Tinelli, Pergolini, Levín— han dado pruebas de ser productores eficaces y seguros. Pero un peligro los acecha: el efectismo. Por ejemplo, el juego intrépido de *Fort Boyará* desde un castillo metido en el mar, en La Rochelle, a 500 kilómetros de París (entre los obstáculos a vencer hay tigres de bengala, cuerdas y poleas por las que hay que subir y otros riesgos e incomodidades).

Por mucho menos —solo embocar corchos—, Repetto regala un auto, en *Sábado bus* donde 16 invitados, dispuestos alrededor de una larga mesa en semicírculo, alternan sus platos preferidos y brindis con charla amena, veinte bailarinas que danzan en vivo y escoltan a los invitados cuando bajan por una escalera mecánica, en tanto curiosos segmentos grabados con anterioridad con figuras y temas diversos le dan gran variedad a cada emisión. Nico tiene conversación fluida y controla las situaciones con su proverbial estilo canchero.

Suar, dueño del prime time del 13

La TV del 99 tiene su primera emoción fuerte el 2 de marzo, a las 21, cuando vuelve *Gasoleros*, en su segunda temporada. *Campeones* —una historia cotidiana como la otra, pero con boxeadores, recolectores de basura y empleados de un frigorífico— se le pega a continuación, moviéndose de las 21 a las 22, una característica fundamental de la temporada 99, en la que los cambios de programación se empiezan a acentuar. El 13 había anunciado que el programa pasaba de las 21 a las 19, pero la gente taponó las líneas telefónicas del canal y la emisora se echó atrás.

Haber escuchado a la audiencia, al menos en este reclamo, tiene resultados formidables en lo que a rating se refiere: el regreso de Roxi (Mercedes Moran) y Panigassi (Juan Leyrado) marca 28,2 puntos. Pero la gran sor-

¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta...)

presa es *Campeones*, que durante el verano promedia sólidos 25 puntos, araña los 30 en su reubicación horaria y amenaza aumentar a partir de "combate" entre Guido Guevara -Osvaldo Laport recalienta a toda la audiencia femenina con sus bíceps duros, pecho al aire y fogosidades variadas con Soledad Silveyra— y Mario "Matador" Garmendia (Fabián Mazzei) el 18 de mayo (con revancha el 20 de septiembre).

Gasoleros no se le queda atrás: Roxi y Panigassi pasan por el Registro Civil y allí los espera una jueza de paz más que especial: Mónica Cahen D'Anveí. La conductora del noticiero principal de la Argentina, reconvertida en casamentera de los personajes más famosos de la TV, es una metáfora de los tiempos que están llegando, donde todo tenderá a entremezclarse cada vez más confusamente. Roxi y Panigassi se convierten en padres de Violeta, sobreviene una crisis matrimonial y entran a tallar en el elenco China Zorrilla, Valeria Bertuccelli, Fabio Posea, Graciela Alfano y Gabriela Toscano.

Adrián Suar se convierte por prepotencia de trabajo, formatos, elencos multitudinarios, por cómo paga y mete baza en cada proyecto de su productora, en un nuevo Alejandro Romay, algo menos extrovertido y decididamente menos charlatán. Pero como el viejo zar, gusta desenterrar cadáveres artísticos y los echa a andar por monedas. Y como aquel en su momento, le da una nueva impronta a la averiada TV argentina.

Los autores tradicionales, sin embargo, observan el fenómeno con algún escepticismo. Celia Alcántara habla de una "moda *Gasoleros*", que calificifica de "sañete barato", con "inclinación hacia lo light y superficial". Ricardo Halac no es menos severo: "*Gasoleros* y todas esas cosas que ha ahora —fulmina— son programas de entretenimiento, son mímica de la vida cotidiana de la gente, que muestra muy poquito la verdadera realidad".

Tinelli, hiperactivo

Ideas del Sur empieza el 99 amagando con una señal propia que queda en la nada (*CableMatch*), experimenta en Azul (el viejo 9 reciclado: su mayor repercusión) con *Totalmente* (Miguel del Sel a la cabeza de un programa tradicional de humor en sketches) y *Todo por dos pesos* (humor experimental del bueno, del que se hablará más adelante), mientras se encajona en la rama, una vez más, con *El show áe VídeoMatch* al tope del rating anual.

Terminará el año perdiendo a su mano derecha, Claudio Villarruel, que irá a parar al lugar de Gustavo Yankelevich como nuevo amo y señor de la pantalla de Telefe.

Ideas del Sur debuta en la ficción y comienza bien arriba con *Buenos vecinos*, buscando televidentes en las mismas aguas por las que ya navegaban *Gasoleros* y *Campeones*, y aborda el rendidor folclore barrial con un pretendido neorrealismo que se ahoga en el grotesco exasperado. Allí, Mori; Casan encarna a una nueva vecina de la cuadra que inicia una historia romántica madura con el quiosquero del barrio, Hugo Arana. Comienza con el pie derecho: 32,4 puntos de rating.

Para contrarrestar la "ofensiva Suar" del 13 —doce horas semanales de altísimo rating—, Gustavo Yankelevich impone a la TV argentina la segunda emoción fuerte del 99 con el regreso en tira diaria, el 5 de abril, de Marcelo Tinelli. Dispuesto en un principio a las 20 para calentar la pantalla, *El show de VideoMatch* debuta con 37,3 puntos, según IBOPE y 33,9, para Mercados y Tendencias.

Tinelli cumple, como enfático y bullanguero bastonero, sus primeros diez años de éxitos continuados encajado en una particular manera de hacer humor muy ligado al machismo picaro, cuando no grosero, y lineal del argentino promedio. Así, Tinelli y su troupe satisfacen instintos muy básicos de la sociedad que son compensados con una audiencia fiel y masiva que lo sigue a muerte.

Lejos del pretendido elitismo de *CQC*, Tinelli abreva en la cultura de *Titanes en el ring* (por la galería insólita de personajes que lo rodea en el piso) y el backstage entrañable que supo despuntar Alberto Olmedo, aunque con mucho menos candor y sutileza, pero con mayor producción y el carisma innegable de su conductor.

"*VideoMatch* —aclara su productor ejecutivo, Claudio Villarruel, antes de ser ascendido a programador de Telefe— es una trituradora de ideas y de trabajo. Siempre decimos con Marcelo que es como King Kong comiendo chizitos: no termina nunca de estar satisfecho".

El humor involucre con "El show del chiste" en lo de Tinelli en tanto que la comicidad de *Café fashion*, en Azul, precariza la traspasada, con una barra triste donde alternan chicas monas y humoristas pasados de moda. La pregunta que nadie sabe responder es ¿por qué le habrán puesto *fashion*?

CQC se va (por un tiempo)

Cuatro Cabezas (Pergolini/Guebel) es la productora que más se diversifica: importa el formato *Trip* para Telefe (famosos que van charlando en un viaje por la Ruta 2 hasta Mar del Plata), el programa de investigaciones *Puntodoc* para Azul, se afirma como realizadora de spots publicitarios propios y ajenos, entra en Internet, mantiene *El rayo* en América y cierra triunfalmente el primer ciclo de cinco años de *CQC*.

El final, a toda orquesta, programado en un Gran Rex de entradas agotadas, a pesar de su tono festivo, no elude mencionar la agresión sufrida por Daniel Tognetti cuando fue a cubrir el cierre de campaña a presidente de Eduardo Duhalde..

De todos modos, eso no les impide bailar el famoso "Chufa-chufa" de *Chiquititas* con un cuerpo de baile de chicos, pese a que las relaciones entre Pergolini y Cris Morena no pasan por su mejor momento.

El balance de *CQC* arroja algunos logros: invirtió el proceso de importar programas, exportando exitosamente el formato a varios países. Abrevando en *La noticia rebelde*, adquirió vuelo propio, mayor cinismo, modernidad y rapidez en la edición. Se va esperanzado de que viene un país

mejor y que sin Menem, el programa ya no tendrá razón de ser. Si Tinelli había sido funcional al eufórico ascenso del primer gobierno menemista, Pergolini lo fue del descenso del segundo, pero *CQC*, por propia voluntad, apenas sobrevivirá a Menem once días.

A Pergolini le ha pasado paradójicamente lo que a Menem: cuando los dos acicalaron y recortaron sus cabelleras, fueron aceptados por el establishment. Dentro del sobrio traje negro y con lentes oscuros, ya nada quedaba de aquel barrabrava un tanto pasado de revoluciones de *La TV ataca*. Así, el primer *CQC* (volverá, paradójicamente, a fines de 2001 en medio de la caída de Fernando De la Rúa; véase el capítulo sobre dicho año) fue el noticiero que mejor interpretó a quienes más progresaron bajo la era Menem, aun aborreciéndolo aparentemente. También fue un híbrido entre los viejos programas de sketches y los deprimidos noticieros tradicionales. Zarpados, pero cultos y levemente gorilas, se habían convertido en vanguardia filosa del establishment.

Pero si unos se van (Pergolini y su troupe), otros, como Pinky, vuelven a revisar la década del 80 por Azul; Ricardo Darín protagoniza la miniserie *La mujer del presidente*; Mario Sapag regresa por América con *Imitaciones peligrosas* y hasta los Borenzstein logran el milagro de hacer volver al aire a su padre con la inteligente edición de *La Argentina de Tato*.

Divas en peligro

El tardío regreso de Susana Giménez a su habitual horario —tercera emoción televisiva fuerte del 99, a partir del 31 de mayo— desplaza contra su voluntad a Tinelli hacia las 21. Tinelli arrolla a *Gasoleros* y la diva obtiene el récord de audiencia del año en su debut: 36,6 puntos de rating, según IBOPE (que ese año se convierte en la única medidora de audiencia, cuando cesa en sus actividades Mercados y Tendencias). Su encendido irá cayendo notoriamente por más que haga desvestirse a los famosos cuando no respondan o respondan mal preguntas de cultura general.

Más modesto, pero creciendo, Carlos Rottemberg se consolida en América con *Almorzando con Mirtha Legrand*, *Mirtha de noche*, *Yo amo a la TV* y *El martillo*. También resulta elegido presidente de la ñamante Cámara Argentina de Productores Independientes de Televisión (CAPIT), que intentará aunar posiciones y no pocas veces zanjar diferencias entre sus temperamentales y narcisistas socios.

Mirtha Legrand afronta el dolor inmenso de ver morir a su hijo Daniel. "Todo el mundo hace sus duelos en casa. Yo los hago en la televisión", dice el 28 de junio cuando decide continuar con su segundo duelo (en octubre de 1994 había atravesado una situación similar con la muerte de su esposo, el director de cine Daniel Tinayre), frente a las cámaras.

Entrando en un terreno más anecdótico, debe consignarse que Silvana Suárez se levanta ofendida de su mesa cuando está en el aire y que a fin de año Mirtha se queda unos días sin voz. Legrand sobresale con estilo único:

tiene la frescura filosa de un ama de casa, pero se documenta más que un periodista para llenar de datos sus presentaciones, preguntas y peligrosísimos contraataques, conduce con firmeza, gracia, fluidez y aceitados reflejos, sin guardarse nunca nada.

A falta de desgracias verdaderas, Moría Casan fabrica sus propios shows explosivos (incluso con su familia por América, donde sus sucesivas parejas, Mario Castiglione y Luis Vadalá parecen entenderse mejor entre ellos que con la diva). A la colección de maridos, después incursiona con una suerte de *Los tuyos, los míos y los nuestros* y suma a su hija y a los respectivos de sus parejas. Ella siempre preside los debates familiares cual faraona, bien altiva y sentada muy erguida sobre una banquetta, con un par de lágrimas congeladas sobre su rostro. Le queda tiempo, incluso, para pelearse con Mariano Grondona, al que demanda por calificar su programa de repugnante.

La pantalla se transforma

Saltan por los aires los formatos tradicionales que rigieron durante tantas décadas a la TV y ni siquiera los nuevos se aseguran larga vida.

Crecen los guiños autorreferenciales de la TV y comienza a hacerse habitual el entremezclado entre ficción y realidad. Hugo Sofovich es pesimista sobre las mutaciones que vienen dándose en la pantalla. "No me gusta esta televisión, la veo muy anárquica, no hay creatividad, se copia mucho, no hay tiempo para esperar los programas", se lamenta. La pequeña pantalla se pone rara: *Televisión abierta*, de la productora Megamaxx, por ejemplo, no tiene conductor, sólo la extraña voz en off de Pío Ragalmás, quien presenta una sucesión de gente absurda, caraduras, extravagantes y personajes recurrentes como Fita, la jubilada de 89 años que desprotrica contra las costumbres relajadas. Desde esta inusual tribuna también dispara Charly García munición gruesa contra Andrés Calamaro. *Televisión abierta* es una involuntaria caricatura superadora del talk show convencional que pone en el aire América y del "llame ya".

Tampoco quedan mayores vestigios del sereno magazine femenino y siestero, que adormilaba a las amas de casa de otras épocas, y en su lugar payasean y se zarpan Georgina Barbarossa en *Venite*, por Azul, y Carmen Barbieri, en *Movete*, por América. Los talk shows, ya en un período claramente menguante, siguen parloteando sin arribar a ninguna conclusión: en verdad buscan cierta "melodía" en una dinámica imparable donde importa más el ritmo que lo que se dice. Y entonces la "melodía" se convierte en "bullicio". El instinto de productores y conductores va buscando aquello que haga más ruido y descartan lo apacible (odian que los panelistas acuerden posiciones), meten más nafta al fuego y entonces el "bullicio" se convierte lisa y llanamente en quilombo.

Desde un costado más fashion y pasatista la huella abierta dos años antes por *El rayo* tiene descendencia y abre un tóxico subgénero: la crónica

social farandulera en programas como *Versus* y clones aún menos afortunados que reemplazan glamour por groserías. El estilo clipero de cubrir fiestas, estrenos y otras banalidades por el estilo encuentra en movileros y conductores una delantera insufrible con incondicional tono festivo: cronistas de un folclore epidérmico del gueto nocturno y de la movida cool, en tono de jolgorio permanente, transmiten la idea de que casi todo divertimento en lugares públicos está fatalmente atacado por el virus de la imbecilidad. *Atrrantes*, por Azul, con Pato Galván, presenta encuestas callejeras pavotas, misceláneas indefinidas y jueguitos telefónicos. Los géneros empiezan a perder identidad propia, a romperse en mil pedazos y a entremezclarse de manera promiscua.

Una alegría: Todo por dos pesos

Todo por dos pesos llega para parodiar los noticieros y programas periodísticos menguantes y también a los talk shows, combinando crítica acida con homenaje. Sus conductores vienen del tronco original de *De la cabeza* y de *Cha cha cha*. Y, últimamente, de *Delicattessen*, que había producido para América Pergolini y ahora los apadrina Tinelli. No por casualidad, Fabio Alberti y Diego Capusotto responden a los nombres de Mario y Marcelo. Además de sus propias ocurrencias, los libros son de Pedro Saborido y Néstor Montalbano. El nombre del programa evoca los locales de cachivaches baratos de todo color y pelambre que ofrecían sus productos precisamente a ese módico precio. El programa, de alguna manera, también reedita géneros, formatos y personajes de la vieja TV.

Desde unos estudios ubicados supuestamente en Miami, repletos de bullicioso público, los animadores se presentan acompañados de una secretaria de rasgos orientales, apodada Sushi. También forma parte de esa plana mayor el doctor Dyango (Alfonso Crispido), que da patéticos pasitos de baile; presenta algunas secciones y protagoniza *El rinconcito del consumidor*, y Flavio Pedemonti, un ex futbolista caricaturesco que termina siendo la imagen de la publicidad de una conocida cerveza, en tanto que Los Carlitas Bala aportan más coreografía kitch, como una suerte de "Susanos" danzantes e impresentables.

En este contexto nace el personaje de Alberti, "Boluda total", sugestivamente bautizado como Coti Nosiglia, y que procura hacer una parodia sobre las bajas neuronas de algunas conductoras de programas femeninos (lo recuperará temporadas más tarde *RSM*). También Alberti da vida al ventrílocuo Beto Tony y su muñeco, con sus pésimos chistes del tipo "primer acto, segundo acto" (que temporadas después tomarán para sí sucesivamente Larry de Clay y Matías Alé, en el programa de Tinelli). En el "Ranking musical", conocidos temas sufren desopilantes cambios de letras, en tanto que *HP* es un culebrón que parodia a la telenovela *Propiedad horizontal*, donde en todos los parlamentos predomina la expresión "hijo de puta". También Capusotto impone uno de sus más graciosos personajes, Irma Jusid,

una mujer que brinda consejos a los más jóvenes y que, invariablemente, termina con una idéntica consigna ("Cuidate, querete, ojito, ojete"). Atravesarán tres temporadas: la primera en el 99, en Azul TV; en 2000 y 2001 tendrán pantalla por Canal 7.

•*Se viene la crisis, pero resisten las ficciones*

La gigantesca sombra de la recesión comienza a recortarse en todos los campos y la televisión no es la excepción. La magra cosecha de la Argentina en el Mundial 98 celebrado en Francia el año anterior había dejado a las emisoras con sus bolsillos exhaustos. No sólo se recortan los presupuestos de los programas sino que se achica mucho la tolerancia para esperar que un ciclo nuevo funcione. Habrá también despidos y reducciones de salarios.

En el aire sólo gana dinero el 13, la catástrofe constante sobrevuela Canal 9 y ATC se mantiene sumergido en una incertidumbre mayor por el cambio de gobierno, en tanto que el cable pierde abonados a rolete.

Las ficciones son, pues, las que más recortes sufren en el fin de siglo de la TV argentina, salvo las más exitosas. A *Gasoleros* y *Campeones*, del 13, que andan tan bien, se agrega el boom del mediodía de Telefe que reúne por primera vez, en *Muñeca brava*, a una pareja que seguirá dando satisfacciones a la TV en los años venideros: Natalia Oreiro y Facundo Arana.

La novela, producida por Telefe, había comenzado hacia fines de 1998 y su éxito es tan colosal que terminará siendo vendida a más de 60 países. Oreiro es Milagros, una huérfana que ha vivido hasta los 18 años en un convento. La historia de ricos y pobres vuelve a darse cuando Mili va a parar como mucama a la casa de los Di Cario, donde habrá flechazo y muchas contrariedades con el joven Ivo (Arana) por las diferencias sociales, la posibilidad de que sean hermanos de sangre y hasta un matrimonio apresurado del muchacho. Oreiro sabe darle un ángel muy especial a su personaje de Cholito, una chica de maneras poco femeninas y peores modales.

Sin embargo, no todo resulta tan fácil en materia de ficción para el canal líder. A la telecomedia *Trillizos*, por ejemplo, le cuesta defenderse. *Trillizos* es puro efecto y mezcla lo emotivo con lo risueño y el pobre Francella debe multiplicarse por tres (Francella 1 es el bueno, Francella 2 es el chanta y Francella 3, el malo) lo cual implica un arduo trabajo de posproducción y cuidados extras durante la grabación.

En cambio, Cris Morena demuestra, una vez más, tener un Dios aparte, y el rating la beneficia con *Verano del 98*, una serie juvenil al estilo de *Dawson's Creek*, que trasciende su título y transita todo el 99 con una trama que se complica y enrosca. *Chiquititas*, también de la factoría Cris, protagonizada por Darío Grandinetti y Grecia Colmenares, atiende a un público más menudo. Los dos productos se defienden más que bien y resultan clave para Telefe, que los mueve a su conveniencia en la grilla horaria sin que éstos sufran mayormente.

El 9 azul quedó

Por el contrario, resultan muy traumáticas las experiencias que en materia de ficción emprenden con pésimos resultados Canal 9 y América.

El 9, en realidad, había pasado a llamarse Azul Televisión, pero su pantalla no cambia tan radicalmente, aunque se retiran los australianos de Prime que ceden el manejo de esa onda a la gente de Telefónica.

Querían despojarse de todo vestigio de la era Romay y no sólo botan a Mirtha Legrand sino que resuelven rejuvenecer la pantalla con una serie de decisiones que a la postre resultarán fallidas. La grilla de programación, novedosa en formatos (ficciones y noticieros de media hora), con la que desembarca el 1º de enero, pronto se le vuelve en contra. Los primeros en caer son los programas de noticias: para fines de febrero, la gerencia del canal despide a Eduardo Cura y en su lugar asume Ricardo Cámara. Los reacomodamientos se intensifican con la llegada de Jorge "Coqui" González Roulet, ex gerente artístico de Telefe, que ahora ocupa ese mismo cargo en Azul TV. Él es el responsable de los cambios de horarios y de contenidos de las tiras. *Mamitas* (con Viviana Saccone, Andrea Bonelli, Ana María Picchio y Cecilia Dopazzo) intenta explorar el universo femenino por medio de cuatro mujeres que son madres en circunstancias y contextos diferentes* Antes de sucumbir rápidamente, troca a drama e incorpora refuerzos (Gastón Pauls, Juan Darthés, Pepe Monje y Lorenzo Quinteros) que no alcanzan a salvarla.

Mi ex, protagonizada por Rodolfo Beban y Nora Carpena, entra y sale de boxes varias veces. Cambia de horarios, refresca elenco y argumento, pero nada puede salvarla. ídem, *Salvajes*, la tira que marca el debut de Valeria Lynch en una historia de amor y música que tampoco funciona. Rodolfo Ledo, inspirador de todas estas fallidas iniciativas, toma sus bártulos y pone proa hacia América. Para marzo, Azul TV cae al cuarto lugar en el podio del rating con sus 3,5 puntos de audiencia, contra los 4,7 de América, en el horario de 12 a 24. Y Telefe parece salir a su rescate. Primero, con el traslado de dos ejecutivos clave, el mencionado González Roulet que parte de Telefe para ser el gerente de Contenidos de Azul, y Eduardo Pelicano, especialista del Departamento de Promociones de Telefe, que va a parar al mismo cargo en el ex Canal 9. También Tinelli intenta aportar por medio de Sergio Ramírez, responsable por Ideas del Sur de cumplir los acuerdos con Azul que abarcaban unos catorce proyectos más, aparte de *Totalmente*. Pero sólo aportará *Todo por dos pesos*, que queda convertido en programa de culto que aún se ve por la Web y por las repeticiones que periódicamente hace la televisión. Para pelear el tercer lugar en la audiencia, América apela a un giro en su programación integrando tres nuevas propuestas de ficción. *Margaritas* dura un suspiro y apenas a dos meses de su puesta en el aire ya es un recuerdo. Con un elenco en extremo ecléctico, es otra propuesta tan original como poco viable de Rodolfo Ledo que tampo-

co llega a buen puerto. Florencia de la V, Karin Cohén, Anabel Cherubito y Claudia Fontán encarnan a cuatro mujeres de treinta y pico que, decepcionadas de los hombres, se largan a una suerte de viaje iniciático hacia el Sur. La travesía las lleva hasta Esquel, lugar en el que se desarrollaría la ficción y donde el libretista Rodolfo Ledo decide abandonar el proyecto en plena grabación. No es el único proyecto alocado de América: *Drácula* encuentra en Carlos Calvo al actor más inesperado para encarnar al "príncipe de las tinieblas". No se propone serlo, pero se torna bastante desopilante cuando el conde Carlín es tirado desde un acantilado en Transilvania, su féretro navega cinco siglos y llega al estuario del Río de la Plata... ¡en pleno Mundial 78! Aquí se traviste en un profesor de la Facultad de Medicina que persigue la yugular (y otras partes) de las chicas que se le cruzan. Lástima que un ataque de hipertensión deja fuera de circulación a Calvo y lo reemplaza Lorenzo Quinteros. Una pena, el rating se va desvaneciendo entre tanto sobresalto.

"Somos actores, queremos actuar"

La ficción, pues, cede espacio semana a semana a los programas en vivo por una cuestión de costos y comodidad.

Frente a la escalada chimentera (*Telepasillo*, *Paf*) y al aumento de talks shows (el liviano *Todos al diván*, el indigerible *El ángel de la medianoche*), magazines ligeros (*Televisión registrada*, *Único medio*, *Hielo y limón*, *Atrrantes*, *Uno por semana* y hasta uno para público infantil, con chicos, *Agrandaditos*, que conduce Dady Brieva) y el crecimiento de los programas de juegos (*El precio justo*, *Waku zuaku*, *Por más*, *Mis mejores amigos*) al que se entregan febrilmente los canales por problemas presupuestarios y neuronales, los actores agremiados deciden dar el golpe mediático del año. Es que de las cincuenta tiras y unitarios que se producían cinco años antes, cuando las figuras deciden en protesta sellar sus bocas el 4 de noviembre, esa cifra ha caído a once. Por cada participación como invitado en un ciclo de TV, un actor cobra, por convenio, sólo 44 pesos. La TV parece, por fin, haber encontrado la fórmula para producir a muy bajo costo, con contenidos vacuos, pasatistas y bastante cínicos, porque en muchos casos se hacen como supuestos homenajes a los artistas convocados.

Pero del malestar, los actores pasan a la acción: el gremio que los agrupa decide algo inédito: ninguna figura que sea miembro de la Asociación Argentina de Actores asistiría a partir de ese momento a los programas como invitados por considerar que atenían contra sus propias fuentes de trabajo. Para fortalecer la medida, los actores salen a la calle, marchan desde la sede del gremio hasta la Plaza de la República donde instalan una mesa para que la gente firme adhesiones a su lucha.

Parece como si el mundo se hubiese dado vuelta porque ahora son las estrellas las que van detrás de los anónimos para pescar autógrafos que sumen para la causa que los obsesiona. La decisión no sólo afecta las agen-

das de los programas con figuras invitadas, que deben hacer malabares para llenar esos imprevistos huecos, sino que también perjudica a los canales, ya que no cuentan con sus figuras para los anuncios de la programación de verano.

Más allá de la enorme difusión, los resultados de la protesta actoral serán magros: la TV se acostumbra a arreglarse sin ellos sin perder rating. Y el tibio repunte laboral que se observa luego tiene más que ver con programas en marcha (los muy vistos *Cabecita*, la telenovela de la primera hora de la tarde de Telefe, con Agustina Cherri, y *Buenos vecinos* y los que se anticipan como de inminente estreno para la temporada siguiente).

Noticias en observación

Los cables de noticias vuelven obsoletos a los noticieros de la TV abierta. En el año de las más cruciales elecciones presidenciales de la década, los noticieros pierden más de cuarenta horas de emisión y bajan ediciones. Sólo existe un solo programa político en la TV abierta (*Hora Clave*), cuando algo comienza a moverse.

Rosario Lufrano asegura en *Yo amo a la TV* que Telefe Noticias se había embarcado en el proyecto de la re-relección presidencial. La edición vespertina es suprimida y tanto en América como en Azul los espacios informativos disminuyen en cantidad -la tragedia de LAPA les acerca rating-, aunque Eduardo Eurnekian, en agosto del 99, sorprende habilitando el retorno, en frecuencia diaria, de Jorge Lanata con *Día D*, y de Marcelo Longobardi con *Fuego cruzado*.

Lanata se compara con Godzilla: con sus modales desprejuiciados es temido por la clase política. En el estudio lo acompañan los bustos de Carlos Menem y Alberto Kohan, y un muñeco inflable con la figura de Eduardo Duhalde. Lo rodean Javier Castrilli, Marcelo Zlotowiazgda, Ernesto Tenembaum, Horacio Fontova y Adrián Paenza.

La llamada "boca de urna", que extenua con sus amenazas de dar los nombres de la victoria a los medios antes de tiempo, es el gran bochorno del año. Gracias a ese revoleo impreciso y temprano de cifras, Graciela Fernández Meijide le gana (sólo por unos minutos de ilusión) la gobernación bonaerense a Carlos Ruckauf y Pinky se siente consagrada como intendenta de La Matanza. Ninguna de las dos cosas suceden en la realidad. Eso sí: pierde Eduardo Duhalde y gana Fernando De la Rúa, pero quien parece fuera de la realidad es el nuevo mandatario.

Violencia por TV

Como nunca antes, los medios televisivos se ven envueltos en situaciones de violencia en vivo. Asoma un nuevo y crucial formato: las tomas de rehenes donde los delincuentes exigen, para entregarse, la presencia de los

medios como fiscales de la situación. El 6 de septiembre una banda de adolescentes de Villa Adelina, apodados "los bananitas", roba en la casa de la familia Bauer. Rodeados por la policía, una de las condiciones que ponen para rendirse es la de entregarse frente a las cámaras de TV que, muy complacida, transmite en vivo el desarrollo de los hechos. Diez días después, una banda de delincuentes asalta el Banco Nación de la localidad de Ramallo. Allí son los medios los que suben la apuesta y hablan directamente con los secuestradores. Así lo hacen Chiche Gelblung, Jorge Rial y Mariano Grondona, este último, con el entonces y aún presidente de la Nación Carlos Menem presente en el piso ya que el mandatario es el invitado de *Hora Clave* para un balance de sus diez años de gobierno. "¿Hice bien en hablar con este hombre? ¿Usted qué hubiera hecho?", le pregunta Grondona a Menem. "Yo no lo hubiera hecho. Como presidente, no hubiera hablado con semejante facineroso pero usted, como periodista, estuvo bien en hacerlo" responde Menem. Pero el hecho concluye en tragedia con un automóvil baleado por el cuerpo de élite de la policía bonaerense con dos rehenes dentro y asesinados.

Eduardo Duhalde, gobernador de la provincia de Buenos Aires y candidato presidencial junto con el secretario de seguridad Miguel Ángel Toma y el ministro del Interior, Carlos Corach, responsabilizan a los medios por el resultado del episodio que termina en masacre a lo que Grondona contesta: "No hay que confundir los tantos: los periodistas no asaltaron el banco; los periodistas no tomaron rehenes y no fueron los periodistas los que dispararon contra el automóvil".

Veinte días después, vuelve a ocurrir algo parecido: otra toma de rehenes cerca de Gualeguaychú. Raúl Lobo Cortez habla con los cronistas con su 9 milímetros apuntando al piso. Las dos personas que mantiene como rehenes por más de cinco horas, también tienen su oportunidad frente al micrófono. Mientras tanto un suboficial se camufla como un camarógrafo y cuando el asaltante está distraído con los medios, el policía se le tira encima. Resuenan dos disparos, se rompe un vidrio, Daniel van der Beken, periodista de América, sufre cortes en la cara, los rehenes recuperan la libertad y Cortez es detenido.

Cruje ATC

Se vienen movimientos fuertes en la emisora oficial con el cambio de gobierno. Para que vayan poniendo las barbas en remojo por los pagos de Figueroa Alcorta y Tagle, el 5 de octubre el fiscal Carlos Rívolo solicita al juez federal Carlos Liporaci que indague por administración fraudulenta en perjuicio del Estado a Gerardo Sofovich, Germán Kammerath y a otros once directores, interventores y síndicos que condujeron Argentina Televisora Color (ATC) entre 1992 y 1997, pues generaron un pasivo de más de 100.000.000 de dólares. El 24 de noviembre la Cámara de Senadores sanciona, con el consenso de las bancadas mayoritarias, la ley

que crea el ente Radio y Televisión Argentina (RTA), para administrar y operar en forma conjunta ATC y Radio Nacional. El 30 de diciembre *Clarín* informa que "el Gobierno intervino ATC y habrá una programación de emergencia". La noticia trae también una muy mala noticia: el flamante Poder Ejecutivo acaba de vetar la ley que creaba RTA. El recién asumido gobierno de Fernando De la Rúa, pese al milagroso consenso legislativo logrado entre justicialistas y radicales para darle el control parlamentario de la emisora al Congreso, aborta esa posibilidad.

La TV transmite la llegada del nuevo milenio

Se termina el año, el siglo y el milenio y la televisión mundial quiere festejarlo a lo grande. *Millennium day-El día del milenio* es el título de la transmisión especial que Canal 13 pone en el aire desde las 7 de la mañana del 31 de diciembre de 1999 hasta las 9 del 1º de enero del 2000. El canal argentino se asocia a un consorcio internacional de 52 estaciones de TV, integrado por las más prestigiosas cadenas televisivas de todo el mundo para transmitir las celebraciones planetarias y hasta en el espacio por tan magno acontecimiento. Desde el centro de recepción de la BBC se toman y procesan en forma simultánea un centenar de señales de TV. La ambiciosa producción comienza a las 7 del 31 de diciembre, hora de nuestro país, en las islas Kiribati, en el Pacífico Sur, por ser el primero en recibir el nuevo milenio. Durante las siguientes 26 horas se emitirán festejos y producciones especiales (shows, megadesfiles, recitales, superproducciones) realizadas en lugares característicos o simbólicos de distintos países. Al comienzo de cada hora, la pantalla registra en vivo imágenes de la llegada del nuevo milenio desde un lugar diferente del mundo. La Argentina participa en la producción con tres segmentos, de entre seis y diez minutos cada uno, con imágenes del glaciar Perito Moreno y la actuación, allí, de Lito Vitale; otro, desde las cataratas del Iguazú con Mercedes Sosa y Alejandro Lerner, y la llegada del año 2000 a la Argentina se festeja desde Ushuaia, donde Julio Bocea y Eleonora Cassano bailan un tango, acompañados por el Ballet Argentino y una gran orquesta.

Millennium Day es el primer programa realmente global, a escala planetaria, mucho más abarcador y con mayores complejidades de producción y transmisión simultánea desde tan distintas latitudes, que las planteadas por transmisiones deportivas como los mundiales de fútbol.

El 2000 ya está aquí entre nosotros y la vida sigue...

de los Estados Unidos y también vende *Sorpresa y media* y *Justicia para todos*.

Pero más que por el desembarco de productores argentinos en España, el 2000 será recordado como el año en el que en los canales comienza a escucharse más veces la frase "no cierran los números".

EN POCO

Los reality shows

El 2 de octubre de 2000, Canal 13 pone en el aire *Expedición Robinson*, el primer reality show nacional, inspirado en un formato extranjero y realizado en una isla de Panamá. Durante siete semanas, dieciséis participantes (ocho de cada sexo), elegidos entre 6.700 interesados, demuestran sus condiciones para la caza y para la pesca, para la exposición a la vida natural y, especialmente, para las cuestiones básicas de la supervivencia y la aventura, que no excluyen estrategias de arrojo y solidaridad pero en las que abundan alianzas interesadas, histerias, violencias, actuaciones diversas y marcados individualismos. En el tramo de definiciones, una de las semifinales se dejó ganar para que un compañero pudiera tener chance para el premio mayor. Durante la segunda entrega suceden otras intrigas: gana una chica que antes había sido víctima de un complot urdido por otros tres participantes, pero logró seguir adelante. La maniobra consistía en no votarse entre ellos y eliminar, de a uno, a los integrantes del equipo contrario. Tanto recurso avieso es lo que hizo decir, en su momento, a Julián Weich, el conductor del ciclo: "De movida vi que cada uno de los integrantes de esta segunda versión pensaba en forma individual y no como equipo. Eso llevó a que rápidamente se generaran alianzas, rupturas y grupitos. No tenemos que asombrarnos tanto, porque esto sucede todo el tiempo en nuestra vida cotidiana, con la diferencia de que nadie lo filma".

El reality pionero, producido por Promofilm, sólo se mantuvo dos temporadas en la cartelera, siempre conducido por Weich. Los que pretendieron obtener un lugar en el certamen del 2001 sumaron 100 mil personas, o sea catorce veces más de los que se inscribieron en la edición inaugural. ¿Por qué motivos, de banales a profundos, tanta gente a la vez querría convertirse en un "Expedicionario Robinson"? El fenómeno podría verse como símbolo de una Argentina acosada, cuyos habitantes querrían salir en masa, corriendo a una isla desierta, para vivir a merced de desagradables sorpresas naturales y humanas, pero, por un tiempo al menos, libres de trabas, de burocracias, de compromisos, de horarios y, como si todas esas promesas fue-

ran pocas, la posibilidad de hacerse famoso y ganar un dinero importante en unas pocas jornadas. En este caso, no por prepotencia de trabajo, sino por reiteración de su imagen. El veloz suceso de *Expedición Robinson* fue entendido por algunos expertos como una metáfora de la Argentina que había entrado en una crisis importante. Se convirtió en una posibilidad de "zafar" de la violenta exclusión y en un recurso que demostró la capacidad de adaptación de los participantes o aspirantes a enfrentar situaciones desfavorables.

Pero —cosas de las habituales tempestades económicas argentinas que también llena de nubarrones al negocio televisivo— el segundo año de Robinson concluyó antes de tiempo cuando ostentaba un nada desdeñable rating de 27,7 de promedio y cerca de 3 millones de seguidores. Y como en la pantalla no hay mal que por bien no venga, tras la debacle y debido a la experiencia de producción acumulada, Promofilm realizó el ciclo para más de 15 países.

Un poco antes de esa experiencia, durante dos temporadas en 1999 y 2000, Weich participó de otro programa de entretenimientos con fuertes ingredientes de resistencia física y psicológica. *Fort Boyará* se grabó en un fuerte de la época napoleónica, ubicado en pleno mar, a 500 kilómetros del suroeste de París y al que sólo es posible acceder por el aire o por el agua. Algunas de las prendas que debían sortear los equipos: caminar sobre una cuerda tendida encima de una jaula con cuatro tigres o saltar al océano, enganchado a un arnés, desafiando al vértigo. Sólo se emitieron catorce programas del ciclo.

El fenómeno de los realities sobrevivió largamente a la prirrrfera experiencia y resultó un antes y un después para la TV argentina. El género de "gente común viviendo por primera vez situaciones que anteriormente eran sólo para los famosos" y que todo lo que hicieran y dijeran se volviera materia pública captado por enorme cantidad de cámaras y micrófonos, Ueeg para quedarse. La convocatoria de gente que ambicionaba participar en los concursos debe de haber movilizad a más de medio millón de aspirantes una cifra que hubiera deseado más de un partido político. También se convirtieron en preferidos por su bajo costo de producción: no tiene estrellas ninguno de los participantes cobra cachet. El premio final al triunfador suele ser alto, pero los realizadores también obtienen ganancias por los elevados ratings, por la venta de publicidad y en especial por su participación en los beneficios del televoto popular. Los llamados telefónicos o mensajes de texto mediante los que el público consagra o elimina tienen un costo, uní determinada cifra más IVA. Ese "peaje" que los televidentes consienten abonar para sentir que están adentro del juego y participan de la decisión final es alto y reporta ganancias considerables.

De naufragos a reclusos

Los "naufragos" de *Expedición Robinson* abrieron camino en el año 2000 a los "reclusos" de *Gran Hermano*, doce participantes que debían partir un aislamiento absoluto (sin televisión, radio, diarios, revistas, ni te

léfono) de casi cuatro meses en una casa de 595 metros cuadrados y todas las comodidades, pero fundamentalmente dotada de 30 cámaras y 70 micrófonos que minuto a minuto comprometían la privacidad de sus habitantes. *Gran Hermano*, emitido por Telefe y conducido por Soledad Silveyra y con Juan Alberto Badfa al frente de los debates semanales, era reproducido el día completo a través de una señal de DirectTV. El chalet tenía pileta de natación climatizada e incluso un establo, con vaca, ternero y gallinas y hasta una pequeña huerta. Pero no era el retorno a una vida bucólica y campestre lo que se buscaba, sino que desde una situación de encierro se manifestaran caracteres y personalidades parecidos y opuestos, se declararan vínculos cordiales y enemistades y se aprendiera, lo más veloz y banalmente posible, a manifestarse interesante y diferente ante la audiencia que, en algún momento, debería elegirlos o eliminarlos. Las condiciones de vida diferían absolutamente de las del afuera y los que poblaron por primera vez ese microcosmos no pudieron enterarse, hasta su salida tras ser eliminados, de un acontecimiento mundial como el atentado a las Torres Gemelas de Nueva York en septiembre de 2001. Así de severas eran las reglas de la reclusión.

Los realities tienen su historia

Gran Hermano fue patentado por los holandeses Jan de Mol y Jop Van den Ende, fundadores de la productora Endemol, ejemplo cabal de realizadora que introdujo a este mundo globalizado más de 300 formatos, que han sido atracción en todos lados. Estrenado en 1999, lo titularon así por la famosa novela de George Orwell *1984* en donde *Gran Hermano* es una pantalla que registra cada movimiento o dicho de los ciudadanos, habitantes de una sociedad autoritaria sometida al Ministerio de la Verdad y a la Policía del Pensamiento. En 1973, la PBS, televisión pública norteamericana, exhibió durante siete meses la serie *An American Family*, basada en la vida cotidiana de la familia real del empresario William Laúd, su esposa, los cinco hijos de la pareja además de dos mascotas. El experimento registró, entre tantas circunstancias familiares, los distintos sacudones que, finalmente, llevaron al matrimonio Laúd a divorciarse y el momento en que la señora Laúd llegó a la conclusión de que, por las amistades que frecuentaba, uno de sus hijos varones era homosexual. Otro antecedente de reality se estrenó en 1992 por la pantalla de MTV y todavía se sigue emitiendo: *The real morid*. Durante trece semanas, una docena de jóvenes (representativos de todas las clases sociales y etnias) comparten una casa en algún bello destino del mundo. Numerosas cámaras filman cada movimiento de los jóvenes que, a medida que fueron pasando los años, se volvieron menos intachables y más extremos y extraños.

Llegó la nueva generación de realities

Los nuevos realities podrían ser vistos como intromisiones (a veces no tan legales) en la vida de los demás o como completas acciones de un espionaje perverso o polémico, en este caso a la vida íntima de las personas.

Sin embargo son muy atractivos, dotados de una presentación de personajes y narrados con la suficiente astucia televisiva como para disimular todo lo que se pueda, su alto grado de intervención en los universos privados. Ejemplos: en una semana y con cinco mil dólares de presupuesto, dos equipos compiten en la más impecable organización de una boda con ropa para los novios, lugar para celebrar la fiesta y el catering para todos los invitados; otro de ellos organiza citas a ciegas entre solos y solas; varios se ocupan de redecorar en pocas horas y en primerísimo nivel casas y comercios; uno más muestra en detalle la vida de la familia de la ex estrella de rock Ozzy Osbourne en tanto que una nueva rica heredera de Hollywood acepta que una cámara cuente cada paso de su ahora existencia de millonaria.

Cinco muchachos gays, dueños de un refinado sentido estético y, en especial, de un demoleador sentido del humor, desarrollan una especie de PyME *Queer eye for the straight guy* (algo así como "La mirada gay sobre el hombre heterosexual"), desde la que asesoran en modas, costumbres, tendencias o estilo de seducción a hombres feos, sucios o simplemente desactualizados o desinteresados en estilos y apariencias. En plan de modificarle la vida a sus "clientes", los chicos monitorean genialmente cada detalle de sus hábitos y entornos, vidas y elecciones estéticas y se las modifican, sin demoras, sin prejuicios y, en especial, sin reparar en gastos. El personaje elegido, el ayudado para auxiliar, siempre es un hombre, pero heterosexual, no necesariamente solo, sino a veces con familia numerosa. Tras los planteos que no van a debate, sino que se cumplen y listo, ellos controlan por una pantalla gigante el rumbo de sus enseñanzas. Se congratulan cuando sus instrucciones generaron un cambio verdadero e ironizan y castigan cuando el hombre repitió malas costumbres anteriores. Mientras, al elegido le quitaron un departamento a nuevo, un guardarropa completamente renovado y unos consejos que probablemente le resulten útiles para el resto de su vida. Los días domingos, por la señal Sony este muy agradable programa precede al que se lleva el cetro máximo por el torneo de los desagradables: *Extreme Makeover*, aproximadamente traducido como "Maquillaje extremo".

Aquí, dos personas por programa, más mujeres que hombres, aceptan someterse a un completísimo recauchutaje físico. No se trata de un simple cambio en el corte o en el color del pelo o en un plan para adelgazar varios kilos en pocos días. En este caso, la estrategia cosmética incluye cruentas cirugías odontológicas y toda clase de intervenciones quirúrgicas, del mentón al abdomen, de los párpados a la cola. En general se escucha decir a los participantes que se consideran "feos". Es evidente que aceptan los procedimientos con tal de acercarse un poco más a los cánones ortodoxos de la belleza. El final es casi siempre emotivo, o para decirlo de un modo al que

el cine nos tiene acostumbrados, feliz. Los protagonistas, retocados de pies a cabezas, llegan a esa instancia para, luego de pasar el examen del espejo y el juicio propio, aceptar someterse a la mirada de los familiares cercanos que en general aprueban las modificaciones y los celebran como recién arribados de un renacimiento. El relato del programa evita el seguimiento posterior, prolongado, de estos cambios y su influencia más permanente, no sólo en el aspecto exterior sino en el mundo interior. Es un concurso que contempla la posibilidad de que, liftings diversos mediante, alguien muy disconforme con su figura la mejore. Pero nunca menciona otras consecuencias posibles, que seguramente existen.

Ideas sobre las que se realizaron algunos realities extranjeros:

- *Family Business*: detalla las alternativas de trabajo de un productor de películas pornográficas.
- *Hogan Knows Best*: muestra aspectos de la vida cotidiana y familiar del astro de la lucha libre norteamericana Hulk Hogan.
- *Who Want's to be a Superhero?*: doce personas pelean por quedarse con el papel principal de un cómic.
- *Flavor of Love*: veinte chicas jóvenes exponen sus estrategias para acostarse antes que ninguna otra con Flavor Flav, integrante del grupo de hip hop norteamericano Public Enemy.
- *Cambiando-esposas* (tanto en versión norteamericana o versión inglesa): dos familias intercambian jefa de hogar por siete días.
- *Olimpiadas de la vida surrealista*: Estrellas del espectáculo o la música que no atraviesan su mayor momento de fama (pasaron por allí Brigitte Nielsen, Vanila Ice o Ron Jeremy) pelean por seguir probando su condición de celebridades cinco estrellas.

Las señales de cable globales que con más frecuencia transmiten esta clase de programas son Sony, Fox Life y VH1.

Modalidades de reality shows en el mundo:

DE ENCIERRO:

Gran Hermano; *El Bar*; *Confianza ciega*; *El Bus*, *El castillo de las mentes prodigiosas*, *Esta cocina es un infierno*, *Hotel Glam*, que se exhibieron en España; *La casa de tu vida* (Chile); *La granja* (Colombia).

DE SUPERVIVENCIA:

Expedición Robinson (Argentina, Ecuador, Venezuela); *Odisea, en busca del escarabajo dorado* (Argentina); *Desafío* (comunidad latina de los Estados Unidos); *El conquistador del fin del mundo* (Argentina, Chile, México); *Nómadas* (Colombia); *La isla de los famosos* (España); *Hombre al agua* (Estados Unidos, Argentina).

DE SOLAS Y SOLOS:

Un soltero o soltera, atractiva y famosa, que elegirá uniones entre un grupo de jóvenes igualmente atractivos y tendrá las facultades como para decidir quién sigue adelante en la competencia y quién no.

/ *Love New York* (Estados Unidos); *Xti* (España); *Amor ciego* (Chile); *La pecera del amor* (México); *Para siempre, ni solos ni solas* (Argentina).

DE MODELAJE:

Super model (Argentina); *Chicas 7 días 7 noches* (España); *Supermodelo* (España); *Ford supermodels* (República Dominicana); *America's most smartest model* (Estados Unidos).

DE ASPIRANTES A ARTISTAS:

El Factor X (Colombia, España); *Fama* (Chile, España); *High School Music* (Estados Unidos, Argentina); *Operación Triunfo* (España, Argentina, Chile); *Popstars* (Argentina, Colombia, Ecuador, España, México); *Protagonistas de la fama*; *Protagonistas de la música*; *Protagonistas de novela*; *Vivo Cantando*; *Talento Argentino*.

El futuro de los realities

*

La pregunta crucial es hasta dónde se animarán a llegar los realities en materia de audacia y de cuestionamiento de la intimidad. La pregunta está vigente en todo el mundo y también en la Argentina.

Media docena de australianos se instalaron en la jaula de los monos de un zoológico chino, desalojando a los animales y quedando ellos como atracción para el público: durante unos días ellos tuvieron el papel de los monos para explicar y llamar la atención sobre el significado del encierro. En uno de los últimos *Gran Hermano* realizado en Holanda mostraron el parto de una de las participantes, pero de lo que más se habló fue de las subrepticias relaciones sexuales dentro de la casa, de los cambios de pareja y de los adictos que contaban sus vicios. En 2007 otro ciclo holandés titulado *El gran show del donante* presentaba en concurso a tres pacientes que necesitaban un trasplante renal y a una enferma terminal que debía decidir el destino de su riñón entre uno de los tres. El ciclo causó un terremoto político en el país, pero peor fue lo que se supo al final. Cuenta la periodista Adriana Schettini en *Clarín* que "todo había sido un invento para crear contienda sobre la donación de órganos. La enferma no era tal, sino una actriz que fingía el mal y los tres enfermos, reales, estaban en conocimiento de la ficción. Según la prensa holandesa —menciona Schettini— mientras el programa estuvo al aire, 12 mil personas se anotaron como donantes de órganos y 6 se ofrecieron para donar un riñón en vida". *El aprendiz*, otro reality, conducido por el multimillonario Donald

Trump, reivindicaba las zonas más desagradables de la conducta humana y personal.

En 2007, la diplomacia india y la inglesa intercambiaron cartas documento recargadas de electricidad y odio histórico. Y todo debido a que en la versión inglesa vip de *Gran Hermano* (*Celebrity Big Brothef*) la estrella de cine indio Shilpa Shetty fue descalificada con comentarios racistas por otra participante. La diplomacia inglesa no dejó disculpas por formular, pero, oh sorpresa, la agresora, una tal Jade Goody, fue posteriormente invitada a la India para figurar en la versión local de *Gran Hermano*. Su estancia en la casa fue breve porque a los 48 horas, mientras estaba en el confesionario, le comunicaron los resultados de un estudio médico que se había realizado antes de partir de Inglaterra: le confirmaban que tenía cáncer. Podría decirse que Jade entregó su vida a las cámaras. No sólo contó —dinero mediante, claro— en infinidad de ocasiones la acuciante inestabilidad de su hogar de crianza con un padre drogadicto y se prestó a toda clase de desafíos mediáticos, como tener sexo bastante explícito en la edición 2001 de *Gran Hermano* o como cuando en 2006 participó de la maratón de Londres y tuvo que ser retirada de la competencia casi al borde de un soponcio. Incansable criatura de los medios, aprovechó su cáncer hasta las últimas consecuencias: en medio de su agonía, en febrero de 2008, vendió profusamente su boda con Jack Tweed, otro incorrecto que para acudir a la ceremonia recibió el permiso especial del primer ministro inglés para abandonar la prisión en la que estaba, por una grave agresión. Y también pactó con Living TV los detalles de sus días finales. Mientras el cruento proceso avanzaba al punto de que los médicos la deshauciaran, la llamada reina de la televisión basura no le ahorró detalles —cuanto más morbosos mejor— de su tratamiento a la audiencia. Tras su muerte, el 21 de marzo de 2009, muchos la lloraron y convirtieron a su sepelio en una nueva experiencia mediática que lograba el milagro de volver a tenerla a ella en el aire.

Sin embargo, el mayor estallido de sensacionalismo se generó no por un reality sino cuando el canal digital Sky Real Lives puso en el aire a fines de 2008 un film documental que trataba sobre el suicidio asistido de un enfermo de un mal neurológico degenerativo y probablemente terminal. Los grupos antieutanasia europeos pusieron el grito en el cielo por esto que consideraron un inaceptable exceso, pero la estación de televisión registró un notable aumento en su audiencia y tuvo como aval el hecho de que la familia del enfermo y la crítica especializada valoraran la calidad de realización del documento.

Argentina también transforma

En 2005, en la Argentina se produjo *Transformaciones, antes y después* que mostraba los cambios en personas comunes que decidían someterse a cirugías de variada complejidad y con las que aspiraban a generar una modificación importante en sus vidas. La segunda temporada sólo admitió a

¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta...)

personajes públicos (eso que la televisión generaliza como "famosos") para ingresar al quirófano. En su tercer ciclo —siempre conducido por Karina Mazzocco—, el rebuscamiento llegó a un grado insólito, porque *Transformaciones* seleccionó a sus protagonistas entre personas que habían sufrido daños físicos graves en situaciones como la explosión de la fábrica militar de Río Tercero, Córdoba o en la tragedia de Cromañón.

En 2006, arrancó *Cuestión de peso*, un programa en el que una docena de participantes competían para bajar de peso, acicateados por la conductora del ciclo Andrea Politti y controlados por un panel de especialistas, liderados por el doctor Alberto Cormillot, que dedicó buena parte de su carrera a la divulgación de la medicina a través de los medios. El programa tuvo un saldo interesante, no sólo por los buenos resultados obtenidos por algunos concursantes, que bajaron una sorprendente cantidad de kilos, sino porque además el cuidado de lo humano superó a la búsqueda rendidora del espectáculo. Y hubo algo más positivo todavía, ya que desde ese espacio se realizaron diversas clases de presiones (abrazos al Congreso, etc.) para llamar la atención a la clase política con el fin de obtener una Ley de obesidad y talles, que finalmente se logró.

Reality, ¿es realidad?

Al cierre de este libro Telefe anunciaba la realización de castings, en todo el país y en Montevideo, Uruguay, para la sexta versión de *Gran Hermano* y para una nueva edición de *Operación Triunfo*, con enorme repercusión de interesados como sucedió en cada año. Decía Marcos Gorbán, productor general del ciclo *Gran Hermano*: "La primera y la cuarta edición fueron enormemente exitosas, y eso dio pie a un aumento fabuloso de los que aspiraban a participar de los castings para la segunda y quinta edición. Ahí, la verdad, es que ya no podemos hablar de éxito, sino más exactamente de fenómeno social".

Quien esto suscribe debe confesar que, cuando hace varios años atrás, supo del éxito, primero en Holanda y después en otros países del continente de este juego televisivo, desestimó que pudiera hacerse en la Argentina. "Estos europeos son unos maestros de la perversión. Esto aquí no va a andar. Están relocos, ¿qué más van a inventar? ¿Querrán poner una cámara en el baño?", escribí en aquellos momentos. No sólo llegó a la Argentina sino que, además fue un éxito notable. Y no colocaron una cámara en el baño: instalaron tres. Suponía por aquel entonces que la gente se resistiría a exhibirse de tal manera. Un juicio que no tuvo en cuenta fenómenos mundiales como el evidente corrimiento de la agenda del pudor (en *Gran Hermano* 3 quien finalmente sería la ganadora confesó haber sido prostituta) o la vigencia de los segundos o minutos de fama que tanta gente necesita para sobrevivir, o episodios locales como la crisis de 2001 que socavó voluntades y convicciones y convirtió a nuestro país en múltiples países. Pero, seamos justos, el éxito de esta clase de programas no es únicamente argentino, sino

mundial. Alcanzaron suceso aquí, en un país tan golpeado por la falta de oportunidades y también en naciones en las que a las muchachas y muchachos no les falta casi nada. Vale decir que el éxito no lo justifica una crisis económico-social profunda. Pareciera que nos toca vivir un tiempo en que casi todos nos quedamos sin modelos, y eso lo sufren especialmente los que se están formando y los necesitan más. De vuelta de muchas colas de solicitud de empleos con las que no fueron ni para adelante ni para atrás, ellos se parapetaron en otras colas: las de los castings. Hartos de trabajos y oportunidades que nunca serían para ellos, miles y miles de jóvenes argentinos reformularon en clave posibilista aquella vieja consigna del mayo parisino de 1968: el "Seamos realistas, pidamos lo imposible" se volvió "Seamos posibilistas, metámonos en un reality show". En las sucesivas ediciones hubo ganadores del importante premio en dinero, automóviles y otros objetos valiosos. Pero, ¿cómo valorar la súbita y poderosa inyección de celebridad que tanta exposición les deparó? Si bien, tras el curso veloz de notoriedad, la mayor parte de los concursantes tuvo que volver al llano, un grupo, no tan pequeño, obtuvo reconocimientos sorprendentes aunque también efímeros, y lugares entre las luminarias faranduleras, en shows erótico-sexuales o como inquilinos asiduos de los más grotescos programas de chimentos, en tanto fueron protagonistas de peleas y escándalos. Pero, todo eso, solamente por un tiempo; luego volvieron al anonimato.

Picky Paino, finalista de *Robinson 1*, demostró condiciones para la actuación y fue convocada para participar en teatro y en una tira de la productora Pol-ka. Diego Garibotti trabajó con Georgina Barbarossa y Chopper protagonizó un ciclo en la señal infantil Magic Kids. Jazmín de Grazia y Paula Chávez, finalistas de *Super M*, hicieron en 2005 por Canal 13 el ciclo documental *Princesas*. Un joven llamado Gastón Trezeguet, que no ganó el reality pero demostró encomiable vocación por la fama, fue sumado al equipo de producción de una edición de *Gran Hermano*, en tanto que varias atractivas mujeres (participantes de las dos primeras ediciones), como Silvina Luna, Pamela David y Ximena Capristo (que en una de las ediciones conoció a su actual pareja, otro participante llamado Gustavo Conti) se convirtieron en primeras vedettes. Y no mucho más para remarcar. A partir de *Gran Hermano* el lenguaje popular se nutrió de un nuevo dicho: "Estás nominado", se le dice todavía a alguien que queda expuesto o comprometido por algo. También se sumaron expresiones como "castings", "galas", "don" e "inmunidad". Y mientras crecía la popularidad del confesionario de la televisión, el Vaticano revelaba a los fieles católicos del mundo su preocupación por la declinación de la práctica del secreto de confesión en las Iglesias.

La inagotable astucia criolla llevó al productor de telenovelas Enrique Estevanez a querer competir en 2001 por el entonces Azul Televisión (Canal 9) con el formato original desde un capítulo de "famosos". Dieciséis participantes vivieron un tiempo en una rutilante casona de las lomas de San Isidro con resultados patéticos, tanto en lo artístico como en lo humano. En este último terreno se destacó el actor Juan José Camero, que no paró

de protagonizar papelones. Todavía los programas de archivo siguen exhibiendo sus andanzas en esa casa, como cuando, evidentemente alcoholizado, tropezó y cayó en la piscina. El programa, una burda parodia del original, fue levantado rápidamente por falta de rating. Los participantes fueron, además del mencionada Camero, Emilia Mazer, Fabián Mazzei, Edda Bustamente, Emilio Bardi, Jessica Schultz, Martín Karpan, Gisela Barreto, Octavio Borro, Alejandra Majluf, Maximiliano Ghione, Pía Galiano, Ramiro Blas, Marisol Otero, Gonzalo Heredia y Sabrina Garciarena.

En ese mismo 2001 hubo una segunda temporada del *Gran Hermano* original. El de la temporada 2002 se extendió hasta 2003. Ya por entonces los dormitorios pasaron a ser mixtos y hasta había una cama matrimonial para que una pareja elegida por el *Gran Hermano* pudiera compartirla durante una semana; se admitían algunas visitas sorpresa y liberaron a los participantes de la obligación de ordeñar a la vaca Margarita o de amasar el pan que se consumía en la casa. Jorge Chernov y Gabriela Fiore habían reemplazado a Sergio Vainman en la narración de historias.

Luego de cuatro años sin presencia, en 2007 hubo una doble temporada de *Gran Hermano*, con varias novedades: Jorge Rial condujo las ediciones diarias, Eduardo Cura se hizo cargo de los guiones y las consecuencias que sufría el participante que osaba atender un teléfono rojo, idea que se importó de la versión alemana del reality. El 2007 fue un año de sobredosis de *Gran Hermano*, porque a las dos ediciones convencionales se le intercaló una de famosos. La estrella de esa troupe en exceso variopinta fue Carlos Nair Meza, el hijo que hasta ese momento el ex presidente Menem no había reconocido como propio y a partir de esta exposición mediática del muchacho comenzó a hablar de él como si lo hubiera contenido toda la vida. No sólo el doctor Menem se refirió al joven: también lo hicieron, y hasta el cansancio, todos los programas de chimentos que enfatizaron, como característica central de su personalidad, el tamaño de su órgano sexual. Los otros convocados fueron Hernán Caire, Pablo Tamagnini (que venía de *Operación Triunfo*), Jorge "El Roña" Castro, Niño Dolce, Fernanda Niell, Amalia Granata, Jaqueline Dutrá, la ex Bandana Lissa Vera, Dolores Moreno, Cinthia Fernández y Marisa Otero. Pachu Peña abandonó antes la casa, igual que Luis Vadalá, reemplazado por el ex *Gran Hermano* versión 4 Diego Leonardi.

En el 2007, luego de enterarse de que el voto de 208.500 espectadores lo había convertido en el ganador del certamen, lo primero que se le escuchó decir a Esteban Moráis, tomándose la cabeza, fue: "¡Ugghh, boluda!", mientras abrazaba a la participante que lo había secundado en sufragios.

Otros modelos

A las experiencias citadas se sumo *El Bar*, en donde seis chicas y seis chicos —seleccionados entre seis mil participantes— afrontaron el reto de instalar un bar sobre la costa norte bonaerense, ponerlo en funcionamien-

to y dejarlo funcionando con éxito durante doce semanas. Los "consorcistas" del lugar llegaron a atender a dos mil clientes en un solo día, consumidores también atraídos por la posibilidad de aparecer bendecidos por las cámaras. Dos grandes figuras de la televisión —Mario Pergolini y Marcelo Tinelli, asociados con CableVisión y Sky Televisión— estaban detrás de este emprendimiento que salió por América conducido por Andy Kusnetzoff. El programa se transmitió durante dos temporadas, en 2000 y en 2001, y mantuvo un promedio de rating cercano a los 7 puntos.

Las dos temporadas de *Popstars*, en 2001 y 2002 —con producción de Gustavo Yankelevich y la discográfica BMG, emitidas primero por Azul Televisión y al año siguiente por Telefe— cumplieron con el objetivo de crear dos quintetos vocales, uno de chicas y otro de chicos, de música pop en español. En ambos casos, los programas estuvieron precedidos por un casting masivo y espectacular. Las chicas finalistas de 2001 se integraron en el grupo Bandana y los muchachos ganadores de 2002 (que fueron cuatro porque uno renunció) se agruparon bajo el nombre de Mambrú. El éxito de los dos —en lo personal, artístico, comercial— fue tan veloz como notable: a las reiteradas presentaciones televisivas le sumaron grabación de discos, giras por el país y el extranjero, recitales en teatros con localidades siempre agotadas, la filmación de una película y un inmenso catálogo de subproductos comerciales. Y tal como estaba previsto, así como tuvieron una aparición fulminante resultó sorprendente su mutis por el foro. La mayor parte de los integrantes de Bandana y Mambrú continúan ligados al mundo del espectáculo con sus propios proyectos musicales, actorales y artísticos.

En 2002, Canal 13 estrenó *SuperM 20/02*, una producción de Cuatro Cabezas que buscaba convertir en modelo profesional a una chica de entre 16 y 20 años. El ciclo, con su esquema de reiteradas puestas a prueba, duros entrenamientos y experimentos de convivencia en una casa especial, se repitió en 2003.

En 2003, Telefe y Canal 13 coincidieron en formatos que procuraban la búsqueda y consagración de nuevos talentos de la canción. *Operación Triunfo* hizo tanto furor en Telefe, como había sucedido con el formato en España. Los tres finalistas de la primera edición española, realizada entre 2001 y 2002, David Bisbal, Rosa López y David Bustamante han hecho una carrera formidable y siguen siendo grandes favoritos del público. Sin embargo, el mismo formato había fracasado tanto en Brasil como en México. Entre nosotros, 18 jóvenes convivieron en una casa-academia durante cuatro meses en donde se los entrenaba en canto y en baile, en movimiento de escenario y en la forma de enfrentar a las cámaras. En este reality la influencia del público, con su voto, resultó tan decisivo como las observaciones del propio jurado especial. El programa del 13, con producción de Gustavo Yankelevich, se tituló *Escalera a la fama* y buscaba a una cantante solista y a un solista varón. También en este caso hubo desprendimientos —el dúo Gamberro "y el cuarteto Madryn—, que lograron exitosas presentaciones personales originadas en su inicial y breve paso por la televisión.

¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta...)

Por sus nombres los desconoceréis

Éstos son los ganadores de los realities mencionados.

Expedición Robinson 1: Sebastián Martino. Premio: \$ 100.000
Expedición Robinson 2: María Victoria "Vicky" Fernández Pr
 \$ 100.000.

Gran Hermano 1 (2001): Marcelo Corazza. Premio: \$ 200.000 (e
 lidad, cobró \$ 121.200 porque no había cumplido los días ti
 del encierro).

Gran Hermano 2 (2001): Roberto Parra. Premio: \$ 200.000.

Gran Hermano 3 (2002-2003): Viviana Colmenero. Premio: \$ 10

Gran Hermano 4 (2007): Marianela Mirra. Premio: \$ 100.000 y u
 tomóvil.

Gran Hermano 5 (2007): Esteban Moráis. Premio: \$ 150.000 y u
 tomóvil.

Gran Hermano Famosos (2007): Diego Leonardi. Premio: \$ 100
 (como no estuvo la totalidad de días, cobró \$ 66.666).

El Bar 1: Federico Blanco. Premio: \$ 100.000.

El Bar 2: Diego Plotino. Pernio: patacones 100.000. "

Popstars 1: Valeria Gastaldi, Lourdes Fernández, Lissa Vera, Vir;
 da Cunha e Ivonne Guzmán. Ellas formaron Bandana. Prer
 Grabación de un videoclip, grabación de un disco, shows en
 en el Gran Rex y filmación de una película.

Popstars 2: Pablo Silberberg, Emanuel Ntaka, Germán Tripel, Jei
 mo Rauch y Milton Amadeo. Amadeo renunció a los siete me;
 los demás continuaron como cuarteto. Premios: Grabación de
 eos y videoclips, presentaciones en vivo.

Super Model 1: Grisel Pérez Ponce. Premios: un automóvil, cont
 por un año con la agencia de Ricardo Piñeiro y campaña pub
 taria para Jabón Lux.

Super Model 2: Paula Chávez. Premios: Contrato con una agenci;
 modelos de primer nivel, una semana de castings en una im]
 tante ciudad del mundo de la moda y un automóvil.

Operación Triunfo 1: Claudio Basso. Premio: \$ 50.000 en concepte
 anticipo de regalías, un automóvil y un contrato para grabar un
 co. Segundo fue Pablo Tamagnini (premio de \$ 30.000, un ai
 móvil y la grabación del disco); tercero resultó Emanuel Arias (i
 mió: \$ 20.000, un automóvil y la grabación de un disco).

Operación Triunfo Segunda Generación: José García. Premios: C
 trato para grabar un disco, anticipo de regalías por \$ 50.000 y
 automóvil.

Operación Triunfo Academia Movistar: Benjamín Rosales Reynoso. Premios: Grabación de un disco y anticipo de regalías por \$ 50.000.

Escalera a la fama: Luli Pizarro y Pablo Cordero. Premios: Realización de un disco y dos shows en el Gran Rex.

Operación Triunfo, 2009: Cristian Manuel Soloa. Premios: \$ 100.000 y la grabación de un disco.

Realities explicados

- "El reality es un género nuevo, que tiene que ir reinventándose, como ya ocurrió con las telenovelas y los magazines" (Claudio Villarruel, director de programación y contenidos de Telefe).
- "Los realities son programas basados en un pacto interesado: premios y popularidad. Y que se ubican entre un exhibicionismo rentable y la voracidad mirona del público" (Román Gubern, español, analista de medios de comunicación).
- "Desde fines de la década del 90, la televisión se enfoca sobre el televidente: el público toma por asalto la pantalla como protagonista" (Eliseo Verón, analista de medios de comunicación).
- "*Gran Hermano* refleja la sociedad argentina pero, guste o no, pone al descubierto las improntas de nuestro funcionamiento individual y colectivo" (Marcos Gorbán, productor general de *Gran Hermano* y de otros realities).
- "Es difícil explicarlo si uno no está adentro. Los participantes están metidos en cuestiones tan básicas como comer o no comer. Entonces, agarrar en el reparto la banana más grande puede significarle a alguien la expulsión de la isla" (Luis Fernández, productor ejecutivo de *Expedición Robinsori*).
- "Como guionista, el trabajo que hice en *Gran Hermano*, es opuesto al que hacía en una telenovela. En lugar de recrear la realidad, aquí necesitamos mostrar qué está pasando adentro de la casa, a través de un relato basado en un concepto televisivo, que tenga, eso sí, la misma economía de lenguaje y síntesis que requiere una telenovela" (Sergio Vainman, autor de telenovelas y guionista de las ediciones iniciales de *Gran Hermano*).
- "*El Bar* es el juego que mejor reproduce la condición doble del trabajo en la sociedad contemporánea. Si bien son necesarias las redes de solidaridad para lograr objetivos conjuntos, como sacar adelante el bar y su funcionamiento, hay una lucha de exclusiones porque aquí sólo gana uno" (Daniel Guebel, editor de historias de *El Bar*). -
- "Así como hay una paleotelevisión en donde la TV es una ventana al mundo, *Gran Hermano* es la neotelevisión en donde la TV es una ventana sobre sí misma" (Umberto Eco, teórico y ensayista de los medios).

- No hay nada que hacer. Los realities llegaron para quedarse. Ésta es la televisión globalizada de hoy, el seguimiento de vidas mediante centenares de cámaras, de la mañana a la noche, minuto a minuto del sueño al baño. Antes, sin dudas, la realidad era otra cosa.

Entrevista a Marcos Gorbán

Marcos Pablo Gorbán nació en el año de 1968 y creció en Lomas de Zamora. Es licenciado y técnico en periodismo por la Universidad de Lomas de Zamora y por TEA y es docente en la Universidad de San Andrés y de la ENERC (Escuela Nacional de Realización Cinematográfica). Antes de dedicarse a la producción de programas de televisión, trabajó en medios gráficos como *Clarín* y *Tele Clic*. En televisión trabajó en programas como *360 Todo para ver*, *Edición Plus*, *VideoMatch*, *Todos al diván*, *Tierra de periodistas* y fue el productor general de todas las ediciones de *Operación Triunfo*, *Talento Argentino* y *Gran Hermano*.

¿Qué cree que contó Gran Hermano a través de sus participantes?

Marcos Gorbán: Acercaban a los castings algo así como una huella digital de lo que le pasaba al país. En el 2001, todos se preguntaban, con inquietud, sobre el futuro y la construcción de sus vidas. Digamos que si tenían ya 30 años venían con la marca que les habían dejado los diez años de Menem. Y lo que se preguntaban a esa edad es qué sería de sus vidas, cuando en mi generación esa pregunta nos la hacíamos a los 21. Esos mismos, dos años más tarde, tras el derrumbe del país (cuando sus papas habían quebrado, las fábricas cerraron y ellos mismos se habían quedado sin trabajo) venían a dibujarnos un mapa que retrataba la crisis argentina. Y en las últimas ediciones de *Gran Hermano* esa problemática de crisis había desaparecido. Los participantes no venían a buscar un trabajo. Eran más mediáticos, venían a jugar un juego, a ver si ganaban la plata del premio, si podían ser tapa de alguna revista y punto. Sabían usar mucho más el medio en función de esos intereses.

¿Qué fue lo que más criticaron los medios de Gran Hermano?

MG: Tal vez, en el primer *Gran Hermano* criticaron el nivel de educación de algunos de los chicos. Lo primero que había que decir frente a esta crítica es que ése era el nivel de educación de la gente que concurrió a los castings. Y de esas personas se seleccionaban a 18: es imposible alcanzar la representación de un país entero sólo con 18 personas. Fijate que había costados muy interesantes, dramáticos y ricos de la actualidad argentina, como el fenómeno piquetero, que no tuvieron representación en el programa. Y ojo, no porque no los hayamos querido poner, sino porque vinieron muy pocos y sus casos no eran interesantes. Esas 18 personas no venían a representar la crisis de un país, sino, en primera instancia, a jugar un juego de estrategias. Lo que sí puedo asegurar es que a esas 18 personas les pasaban cosas parecidas a las cosas que le pasaban a la mayoría.

¿Qué cosas en común advirtió en los ganadores?

MG: Esas cosas en común no siempre existieron. Los ganadores de las ediciones iniciales eran como una representación del cuento de la Cenicienta. Ganaba el que era percibido como el más desprotegido, al que los poderosos atacaban. Gastón Trezeguet termina victimizando a Marcelo Corazza y prácticamente lo convierte en ganador; algo similar ocurre con Roberto Parra en el segundo juego o con Viviana Colmenero en el tercero. Pero eso ya no pasa en el cuarto o en el quinto porque el público, que cambia su manera de mirar el programa y de votar, decreta que ya no le interesan los chicos pobres o perdedores. Los marginados o desprotegidos se convierten en triunfadores.

¿Cómo ve el futuro de los realities?

MG: En principio, veo que se están abriendo las temáticas y se irán diversificando más todavía. *Talento argentino* es un ejemplo. Acá tuvimos cuatro ciclos muy exitosos: *Expedición Robinson*, *Gran Hermano*, *Operación Triunfo* y, últimamente, *Talento argentino*. Y en el medio de eso, sólo hubo ensayos, que a algunos les fue bien, a otros mal y otros fueron una falta de respeto absoluto al público. Lástima el momento de la televisión argentina que la invalida para arriesgar demasiado y necesita apostar a lo seguro y apelar a lo seguro hasta que se agote. Pero, eso sí, el reality está instalado como género nuevo, como una nueva manera de contar: funciona porque no es peligroso, porque no le hace mal a nadie. Hace cuarenta años algunos se preguntaban si no era contraproducente que Mirtha Legrand almorzara en una mesa lujosa cuando había tanta gente que pasaba hambre. Hoy una afirmación semejante sonaría absurda, pero en ese momento se hacía.

2C01

**El año en que la TV se estrelló
contra el mundo**

Con un sesgo similar *Puntodoc 2*, por América, producido por Cuatro Cabezas, también sigue atrayendo, en tanto que en Azul, *Zona de investigación*, con Néstor Machiavelli y Cristina Pérez, suman en la misma dirección: temas densos, personajes oscuros y controversias abiertas contados con imágenes febriles y relatos en off a los que los presentadores en estudios introducen con breves copetes.

Entretanto, sin la repercusión internacional del 11-S pero creando a nivel interno semanas de tensa zozobra, la Argentina, tras las elecciones de octubre que pierde la Alianza, se desliza por el tobogán de la crisis más profunda de su historia. Después de años de recesión por el porfiado mantenimiento de una convertibilidad que ya había dejado en ruinas a buena parte de la economía argentina, el 3 de diciembre comienza el último acto de ese drama cuando el ministro de Economía, Domingo Cavallo, dispone un férreo cerrojo a los fondos de la gente en los bancos. El "corralito", tal como se conoce ese fenómeno, lleva a marejadas de ahorristas a protestar severamente, dentro y fuera de las entidades bancarias.

Una vez más, la televisión está muy presente en esas agitadas jornadas mediante flashes constantes y emisiones ampliadas de los noticieros de la TV abierta y las transmisiones de los canales de noticias del cable, que se volverán ininterrumpidas cuando la situación pase a mayores el 19 de diciembre con el saqueo a los supermercados en el conurbano y la decisión presidencial de decretar el estado de sitio.

La bronca por ambas situaciones provoca un fenómeno nuevo y colosal: el cacerolazo. De una ventana a la otra y en terrazas y balcones el ruido de tapas de olla golpeando une a los vecinos con utensilios metálicos. Muchedumbres se lanzan a las calles de Buenos Aires con rumbo a Plaza de Mayo.

Estalla el primer cacerolazo de la historia argentina y la televisión transmite en directo todo lo que ocurre en las cruciales horas siguientes: la renuncia de Cavallo en la madrugada, las protestas y represión en la Plaza de Mayo ya en la mañana del 20, que dejan cuatro muertos, la renuncia del presidente Fernando De la Rúa y su partida en helicóptero hacia la Quinta Presidencial de Olivos.

La cobertura que la televisión abierta hace de la histórica y dramática jornada, arrasa con la programación habitual: Canal 13 transmite en dúplex con TN todo el día hasta la hora de salida al aire de *Telenoche*. Telefe prolonga todos los turnos de trabajo del informativo y convoca a quienes se encuentran de licencia.

América adopta un esquema parecido al del 13 y se encadena con su propia señal noticiosa de cable, CVN. También levanta *El Bar* para que el apocalíptico *Después de hora* se expanda el doble de su tiempo habitual, entre las 23 y la 1.

En medio del estallido social y la renuncia de De la Rúa, vuelve *CQC*, esta vez por Canal 13. El jueves 20 de diciembre, a las 23, Pergolini, De la Puente y Di Natale hacen sonar las cacerolas en solidaridad con la protesta popular.

Tendrían que haber regresado el lunes anterior, pero como Tinelli había anunciado un programa especial de despedida, se corrieron al jueves. Tinelli les seguía el juego y como un misil disparado iba tras ellos anunciando una nueva salida a la misma hora por Telefe, pero lo luctuosa de la jornada lo hace volver sobre sus pasos y Juan Alberto Badía lo reemplaza con un programa especial.

Entre tantas contrariedades internacionales y locales, el 17 de octubre de 2001 la televisión argentina había cumplido sus primeros cincuenta años de vida, pero el aniversario casi pasa inadvertido. El ambiente no está para festejos.

EN FOCO

Cuando la gente de todos los días gana pantalla

De a poco y silenciosamente (o no tanto), pero de manera cada vez más efectiva, la presencia de la gente común en la televisión está modificando la manera de encarar el espectáculo y, en especial, la de generar noticias. Mientras los teóricos de la comunicación, los investigadores, los periodistas no terminamos de acordar cuántos son —¿15?; ¿5?; ¿3?, un número diferente de acuerdo a quién lo cite— los minutos que, según Andy Warhol, se necesitaban para que alguien alcanzara una mínima situación de fama, el avance de los desconocidos que ocupan lugares en la pantalla se fortalece y se vuelve incesante.

En 2005, por Canal 9, tuvo enorme repercusión un segmento del programa de Marcelo Tinelli llamado "30 segundos de fama", tiempo que era modificable y elástico de acuerdo a la repercusión del participante y a lo que su habilidad particular fuera capaz de conmovir las agujas del rating minuto a minuto. Si no fuera porque, a principios de 2009, los canales de aire todavía mantienen en sus carteleras 17 telenovelas, una decena de series y varias veces por semana programan largometrajes, por la abundancia de gente común podría pensarse que los desconocidos ya superan en número a los consagrados.

Lo cierto es que, en buena medida, la pantalla está hoy en manos de los faltos de antecedentes, de los que tienen casi todo para aprender, de los que ven en la tele el medio ideal para alcanzar su fin: conocimiento, popularidad, difusión mediática de baja calidad pero efectiva y práctica, y oportunidades de ascensos fulminantes aunque el descenso posterior tenga un desenlace previsible. Esto ha sido aprovechado en los últimos años por hombres y mujeres, por jóvenes y adultos, por lindos y feos, por los gordos de

Cuestión de peso y por los flacos de *Para siempre* y, por qué no, por niños (¡oh, esas precocidades tan atractivas capaces de cantar en tonos elevadísimos temas de El chaqueño Palavecino o de doblar sus cuerpiños como si fueran de goma!). Todos ellos consiguieron en algún momento y por algún tiempo un sitio útil y oportuno. Entendiendo la fluida interacción de dos dichos: que nada es para siempre y que fue hermoso mientras duró.

Todavía se exhiben por Telefe los añejos capítulos de *Supermatch*, un pasatiempo agradable y bien realizado en el que vecinos de pueblos alemanes representan con orgullo, fuerza y destreza a su localidad, y entablan candidas competencias, en general resueltas en ámbitos acuáticos. Uno de los éxitos locales del verano 2009, *Hombre al agua*, conducido por los hermanos Eugenio y Sebastián Weinbaum, se desarrolla en un parque temático en donde el agua y las condiciones físicas de los participantes son protagonistas centrales y únicos. A los concursantes, literalmente famosos por ese día, los acompañan en su desgastante exposición sus familiares, encargados de alentarlos y de hacerlos sentir los mejores mientras duren los chapuzones en pos del premio de diez mil pesos.

Policías en acción (que nació como *Policía bonaerense* en 2004) exhibe en plena acción pero sin cuestionamiento alguno a la muy desprestigiada fuerza bonaerense, y pone en escena procedimientos, persecuciones, tiroteos reales y, en especial, violentísimas reyertas vecinales en suburbios de clase baja y media baja. Allí nadie se esfuerza por analizar las razones de las cosas, sirio que se privilegia la acción. El programa prueba hasta qué punto la presencia de cámaras y luces construye un modo de "hacerlo para la televisión". La ofrenda es, en muchos casos, chocante, aunque eficaz y adrenalínica en términos de atracción televisiva: la posibilidad de habitar la pantalla por un ratito exacerba y enfurece todas las actitudes, y de un modo tan habitual como natural se pasa de los gritos a los sopapos. En los Estados Unidos, en donde el ciclo *Cops* (Policías) alcanzó enorme difusión, circulaba un chiste también aplicable a nuestra realidad: que cada vez que llegaba el patrullero, con un camarógrafo, lo primero que pedían los delincuentes no era un abogado defensor sino un maquillador. El otro lado de la acción de los servidores del orden público tuvo más capítulos con *30 segundos* en donde los protagonistas eran los bomberos. *Cárceles, un mundo adentro*, ofrece palabra e imagen a habitantes de prisiones y entrega, en conjunto, un mensaje de alta incorrección política ya que consiste en que los reos se ufanen de sus fechorías y que por momentos se transformen en personajes notorios.

En 2003, la productora Cuatro Cabezas puso en el aire *E24*, libremente inspirado en la serie norteamericana *ER*. Pero en este caso se mostraba, sin pudores y con crudeza, la esforzada labor de médicos de guardia, preferentemente nocturnas, de distintos hospitales (porteños como el Argerich y el Santojanni, o bonaerenses como el Eva Perón y el Magdalena Villegas, de Martínez) y su complejo vínculo con paramédicos, pacientes y familiares. El ciclo —que por parte de la productora tenía incluso un director de contenidos médicos, el doctor Jorge Tartaglione— se mantuvo durante cinco temporadas en el aire, con muy buen promedio de rating.

Programas como *Fiestas populares argentinas* y *Estudio País*, de Canal 7, incluyen frecuentemente a gente anónima en acciones humanas sencillas y ejemplares, mientras que *Hoy puede ser*, de Canal 13, recurre a una antigua fórmula siempre rendidora: cumple sueños, propicia iniciativas solidarias y acerca a familiares distanciados. Los clásicos almuerzos de Mitha Legrand, que durante el verano se transmiten desde un hotel de primera línea de Mar del Plata, concluyen cada tarde en una terraza flanqueada por una tribuna de gente común. Cada uno participa y aprovecha a su manera los paseos de las cámaras y no son pocos los que, con orgullo, sostienen pancartas de fabricación casera con el nombre de la localidad de donde proceden. Cuando la conductora recorre uno por uno los cartelones, ella los nombra en voz alta, los reafirma en pertenencia e identidad. Ahí están, y cada uno se siente debidamente representado.

Maneras de hacerse ver

Los desconocidos empujan y abren nuevos accesos para obtener, de un momento para el otro, la soñada celebridad. En los últimos años contaron con algunas de estas vías:

- Interesantes ciclos de preguntas y respuestas fundamentados en esa entelequía denominada "Cultura general". Eso fueron "El Inhabitable" desde el que su conductora Susana Giménez popularizó la expresión "Correeeeecto" para premiar las respuestas acertadas, y que presentó a concursantes con notables conocimientos. Uno de ellos, llamado Pablo, abogado y padre de cinco hijos, ganó la final y se llevó un premio de 30 mil pesos. En esa ocasión, Pablo contó una historia divertida: antes de pasar por la Facultad de Derecho, en su adolescencia, había participado sin suerte en tres ocasiones en el ping-pong de Feliz Domingo.
- Alrededor de una enorme y colorida rueda de la fortuna, similares a los de los gamblings game norteamericanos, se desarrollaba el concurso *Tiempo límite*, conducido por Gerardo Sofovich, emitido en 2005 y 2006. La bien ganada fama de timbero (o más todavía, de jugador profesional) de Sofovich —en 2009 abre Gambling TV, una señal de cable enteramente dedicada al juego— tiene un correlato en el entramado del concurso. En sucesivas ruedas de preguntas —en busca de los 30 puntos necesarios para ganar—, los participantes suman puntos y ahorran tiempo, desafían, apuestan, primerean en un estilo en que el saber es importante pero también lo es una estrategia de juego similar a ciertos juegos de casino.
- "¿Sabes más que un chico de 5º grado?", en el que aspirantes siempre mayores de 18 años (pero asistidos por un sorprendente jurado de geniecitos infantiles) debían responder correctamente a preguntas extraídas de manuales de primero a quinto grado de primaria. El

ciclo —originado en un formato norteamericano que la Fox exportó a casi medio centenar de países— fue conducido por Andrea Frigerio, en el rol de una docente exigente y algo antipática. En foros de Internet, referidos al ciclo, se publican reparos como el siguiente: "Para responder a preguntas semejantes con 9 o 10 años de edad habría que ser asesor de la NASA", cuestiona una tal Rosita.

- Los programas de Pepe Cibrián Campoy y Ángel Mahler, en 2007, y de Soledad Pastorutti, en 2008, por Canal 7, buscaron y encontraron también nuevos valores de la canción, la interpretación y el baile. En el caso de los realizadores de *Drácula, El fantasma de Canterville* y muchas otras comedias musicales, su propuesta, titulada *Aquí podemos hacerlo*, consistió en mostrar la realización de un casting. Para esa selección se postularon 10 mil aspirantes y con los 25 jóvenes artistas elegidos se llevó a cabo el ciclo de 26 capítulos que mostró pruebas, ensayos, aprendizajes, historias personales. Un atractivo premio final fue que el elenco de nuevos artistas tuvo la oportunidad de presentar un espectáculo en el teatro Broadway, de Buenos Aires y en el Roma, de Avellaneda. Con *Ecos de mi tierra*, su conductora Soledad Pastorutti intentó, de alguna manera, reproducir su historia personal, que desde muy chica frecuentó los escenarios. Uno de los objetivos del programa fue posibilitar la presentación de chicos o artistas poco conocidos que se le animaran al canto y al baile folklórico.
- Hubo dos ciclos con temática futbolística. Cuatro Cabezas produjo, entre el 2002 y el 2003, *Camino a la gloria*, cuyo atractivo premio mayor era una prueba en el Real Madrid. De 12 mil postulantes originales, quedaron primero 2.500, luego 400 y finalmente la producción seleccionó un equipo de 16 historias de otros tantos chicos que tenían entre 12 y 19 años. El ganador, que tuvo su oportunidad en el célebre equipo español, aunque no quedó, fue Aimar Centeno, de 16 años, un promisorio volante creativo proveniente de un pequeño pueblo cercano a Junín. A su regreso de la experiencia europea, en la que se lesionó, Centeno jugó en las divisiones inferiores de River en donde tampoco quedó. Luego retornó a su pueblo y lo último que se supo de él, futbolísticamente hablando, fue que cada tanto juega en un equipo de la liga de Venado Tuerto.
- En 2006, 2007 y 2008, Autobombo Producciones puso en el aire por la señal de cable de Fox Sport un originalísimo y logrado reality llamado *Atlas, la otra pasión*, basado en uno de los equipos más humildes de los campeonatos de la AFA. Su inserción televisiva lo convirtió en protagonista del torneo de la D (una categoría de aficionados aunque oficial) pero el invalorable empujón mediático no le alcanzó para obtener el ascenso a la categoría siguiente. Lo cual demuestra que la omnipotencia de la tele no es a prueba de todo. Obtuvo, eso sí, el aporte de algunos sponsors, indumentaria de marca, algunas mejoras en su cancha y la popularidad de su director técnico, Néstor Retamar, que cumplió a la perfección su rol de conductor ferviente y

empeñoso frente a las cámaras, que cuando tenía que gritar lo hacía y cuando tenía que mezclar lenguaje bélico con futbolero tampoco se privaba. Esas buenas condiciones dramático-histriónicas fueron importantes para demostrar que era capaz de traspasar la pantalla pero no suficientes como para mantener su puesto de donde fue exonerado, junto al resto de su staff de colaboradores a principios de 2008 debido al bajo rendimiento del equipo. "Hablo así porque tengo mentalidad ganadora y cuando los partidos empiezan a jugarse me transformo y, para mí, la televisión no existe más. Los que me conocen saben que soy así, cuando dirigía a Leandro N. Alem no había cámaras y era igual", declaró en su momento el mediático DT.

El casting de los talentos

Durante 2008, *Talento argentino*, que exhibió Telefe con apoyo de público muy sostenido y casi 30 puntos de rating promedio, y *El casting de la tele*, que salió por el 13, fueron dos de los programas más comentados del año. En ambos casos, la selección de aficionados paseó a los productores por buena parte del país en busca de valores desconocidos que reunieran en sus aspectos personales y propuestas artísticas lo sorprendente, lo agradable, lo inexplorado.

Queda claro que la exhibición de saberes a través de los medios de comunicación se modificó con el correr de los años. En los cincuenta y sesenta los participantes de los concursos de preguntas y respuestas, demostraban conocimientos, que excedían con creces lo enciclopédico, de temas arduos como mitología griega, pájaros argentinos, vida y obra de Eva Perón o historia del virreinato del Río de la Plata. En los setenta y ochenta, cuando los alumnos de secundaria luchaban por el viaje a Bariloche en *Feliz Domingo* ya comenzaban a advertirse los vestigios iniciales de un evidente bago nivel educativo. Tanto *Talento argentino* como *El casting de la tele* —simpáticos ciclos ambos— probaron que las exhibiciones artísticas de hoy son cada vez más básicas y los valores y conocimientos más elementales. Y que el atractivo principal es el de la exposición pública, una oportunidad apreciada y que no hubieran conseguido de otra manera. Toda disciplina vale: gimnasia rítmica o acrobacia en altura; danzas árabes o israelíes; variadas rutinas de imitación, magia, canto y humor. Pueden quedar a cargo de niños o de adultos mayores, de gente, digamos normal, o de excéntricos, de fenómenos que arrancarán sonrisas o comentarios piadosos y de gente con capacidades escondidas que valieron la pena ser descubiertos. Sin embargo, el principal objetivo es, en cualquier caso, más mediático que artístico.

"El casting es una oportunidad para gente que en muchos casos trabaja en esto y que de otra manera no se puede mostrar. Éste es un país de una gran riqueza artística, porque se consumen muchos espectáculos y porque hay miles de escuelas de teatro, música y danza", declaró a *Clarín* en agosto de 2008 Pablo "El Chato" Prada, productor de Ideas del Sur, a cargo de

El casting de la tele. En un foro de opiniones por Internet acerca de ambos programas se lee el siguiente comentario firmado por las preadolescentes Brenda y Vanessa: "Tenemos 11 años, nos encanta bailar, actuar y cantar. Somos muy buenas en estas tres cosas. Nuestro sueño es ser famosas".

La búsqueda de talento es mundial

Talento argentino está inspirado en *Britain's got talent* (*Gran Bretaña tiene talento*), un formato inventado por Simón Cowell, muy conocido por ser uno de los jurados más ácidos y despreciativos de *American Idol*. *El casting de la tele* fue ideado por la productora de Marcelo Tinelli, como un remedo de este ciclo internacional. Para competir, es cierto, pero también de la mano del antecedente de haber hecho en temporadas anteriores, dentro del espacio de Tinelli, el segmento "30 segundos de fama".

En junio de 2007, la final del programa inglés conmovió a todo el reino y consagró a Paul Potts, un empleado de una empresa de celulares, algo tartamudo, bastante tímido, que se inscribió en el concurso como lo que era, un desconocido con escasos antecedentes y salió al poco tiempo como el protagonista de un cuento de hadas.

Cuando terminó de interpretar la célebre aria de la ópera *Turandot*, *el Nessurn dorma*, las 2 mil personas presentes en el teatro y, en especial, los más de 7 millones de espectadores que lo estaban viendo por televisión consideraron que debía ser el justo ganador del primer premio consistente en 100 mil libras y lo eligieron, sin transición alguna, como "el nuevo Pavarotti".

"¿Por Dios, Paul, ¿me quieres decir qué hacías hasta ahora vendiendo celulares?", le preguntó casi en estado de exaltación el habitualmente distante Simón Cowell. La respuesta era sencilla: esperaba esta oportunidad que le cambiara la vida y que sólo podría ofrecérsela una televisión decididamente empeñada en hacer realidad y sin distinción de sexos el viejo cuento de la Cenicienta. Desde ese triunfo apoteósico, Potts no deja de recibir propuestas de trabajo, además de haberse convertido en un invitado habitual en las recepciones del Palacio Real en Londres, para cantar frente a la Reina y sus invitados.

De esa misma cantera, que mágicamente convierte sapos y culebras en príncipes, surgió en abril de 2009 una escocesa que alcanzó la fama súbita interpretando el tema central de la comedia *Los miserables*. Se llama Susan Boyle y de reírse de ella por su facha desgreñada y su estilo pasado de moda, tras comprobar que tenía en su voz y en su imagen un tesoro tan escondido como el de Potts, los espacios más jerarquizados del espectáculo comenzaron a ofrecerle notables oportunidades de trabajo. Su atrapante historia personal (se había confesado solitaria, ligeramente retrasada mental y desempleada) y su escueta biografía artística (solamente se había destacado gorjeando en el coro vecinal), fueron devoradas por cien millones de visitantes a los sitios de Internet, como You Tube. Nada de eso le impi-

dio alcanzar esta fama explosiva. Pero, en la emisión final del programa británico que caza talentos, tras cantar el tema principal de la comedia *Cats* (fue eliminada por un grupo infantil de baile popular. La decisión del jurado y del público fueron excesivas y Susan no pudo soportarlo: debió ser intemada para tratarse por un shock anímico bastante importante. Ya nada (sería igual en la vida de Susan. Pero los cambios no necesariamente siempre son para mejor.

Luego de ser aclamada dentro del ciclo inglés que busca y descubre talentos, su participación filmada y subida a YouTube tuvo ya 200 millones de visitantes. Susan tenía mucho para convertirse en personaje predilecto de la televisión: desempleada, con una historia de soledad evidente para alguien que casi a los 50 transcurría sus días apenas acompañada por un gato; (declaradamente virgen (le ofrecieron una suma millonaria para integrar el elenco de un film porno y desembarazarse de semejante remora); un ligero retraso mental de nacimiento pero que a la hora de cantar se disimulaba a la perfección. Ella ya rechazó muchas ofertas pero los cazatalentos siguen alertas y se anunció la salida de su primer disco.

El ganador del primer *Talento argentino*, con 100 mil pesos de premio fue el cordobés Martín Bustos, médico traumatólogo de profesión y aficionado al humor y a las imitaciones desde siempre. Más de 150 mil espectadores lo respaldaron con su voto popular a través de mensajes de texto, celebrando su buena afinación, sus logrados cambios de letras a conocidas canciones y a su parodia más lograda, la de un brasileño evangelista, improvisado y aprovechador a la hora de recaudar diezmos o lo que fuere, llamado "El pastor Quemao".

En *El casting...* las campeonas y ganadoras de los 20 mil pesos de premio fueron unas talentosas chicas (de entre 29 y 31 años) y muy buenas cantantes llamadas Las Mullieris.

Programas de esta naturaleza tienen en los jurados un elemento fundamental. Ellos -que vienen a representar un paso delante de los panelistas- deben opinar, enjuiciar, criticar, calificar, declarar ganadores y perdedores haciendo gala de sus aspectos histriónicos y de un estilo de apriete que, en ocasiones, no excluye el verdugueo. En sus personalidades se descubrirá al bueno y al malo, al distante y al burlón, al exigente y al crítico e, inevitablemente, en el mismo envase, al simpático y al antipático. El jurado de *Talento argentino* en 2008 y 2009 estuvo formado por la actriz venezolana Catherine Fulop, el integrante de Los Nocheros Quique Teruel y el bailarín Maximiliano Guerra. El de *El casting de la tele* lo formaron los periodistas Any Ventura y Guillermo Pardini y el músico Osear Mediavilla. A ellos les quedó la última palabra acerca del destino de los concursantes, por su criterio pasó el expediente virtual de cada participante, luego de que también los conductores (José María Listorti y Carla Conté, por *El casting...* y Mariano Peluffo por *Talento...*) dijeran lo suyo.

El auge del periodismo espontáneo

Uno de los rubros en los que la gente común tomó espacio propio es, gracias a las nuevas tecnologías, el de las noticias. En febrero y julio de 2007 la ciudad sufrió, respectivamente, una tremenda inundación y una nevada como no sucedía entre nosotros desde 1918. En ese momento, sorpresivamente, los canales de noticias y los noticieros descubrieron que contaban con flamantes colaboradores: miles de vecinos de la ciudad deseosos de ilustrar esos dos momentos críticos, con sus cámaras de fotos digitales, sus fumadoras domésticas y sus teléfonos celulares de última generación. Luego, subieron a Internet sus tomas caseras y las enviaron a cada área de noticia de los canales. De ese modo los nuevos cronistas ayudaron a completar un panorama de hechos, imágenes y lugares que, de ninguna otra manera, los noticieros hubieran logrado con medios propios. Esa modalidad de registros ya se convirtió en costumbre y se repite cada vez que se produce algún fenómeno natural (granizo) o accidente (vuelco en alguna ruta).

En el mundo, medios tradicionales como la BBC inglesa o la norteamericana CNN incorporaron formalmente a su sistema de producción el llamado periodismo ciudadano. En el caso de la famosa cadena norteamericana, la producción no es amateur porque cada contribución se paga. En la Argentina, medios importantes como *La Nación* y *Clarín* habilitaron espacios para este tipo de colaboradores, del mismo modo que lo hacen los cables de noticias o los servicios noticiosos de cada canal. Cada día, aquí y en el mundo, miles de ciberusuarios se convierten en generadores de informaciones que se desconocían.

En el libro *Nosotros, el medio: cómo las audiencias están moldeando el futuro de las noticias y de la información* los autores Shayne Bowman y Chris Willis, sostienen que "el periodismo participativo ya tiene un rol activo en el proceso de recolección, producción, análisis y distribución de noticias e información". Sostienen Bowman y Willis que este intercambio —sencillo e incontrolable— está modificando la forma de producir noticias y también la manera de consumirlas. "El lector-usuario-consumidor abandona su rol pasivo y comienza a participar de un proceso que antes le venía impuesto. Desde la galaxia digital ahora puede tomar fotografías, grabar videos, producir informaciones... Los reporteros ciudadanos participan de redes sociales de contenidos que permiten el intercambio de información en diferentes formatos como texto y audio, fotografías y video y hasta películas y música. Todo esto elimina las fronteras entre lo público y lo privado", definen.

Hay una cámara en tu futuro

En casi seis décadas de vida televisiva argentina, ¿cuántos anónimos aparecieron en televisión sin pronunciar ni media palabra? Seguramente, una parte considerable de la población. Se los vio haciendo el clásico salu-

dito a cámara, guiñando un ojo, sacando la lengua y/o pidiendo justicia, animando con aplausos una movilización vecinal o pispeando en una esquina cualquier drama de la gran ciudad. Este modo de irrupción sorpresiva y no organizada ha creado (en sólo nuevas reglas de juego en el mundo de la comunicación masiva sino inesperados modos de relación entre las personas y un entrelazamiento tentador en la frontera, cada vez más borrosa, que divide lo público de lo privado).

Para cualquiera que no sea habitante frecuente de la pantalla, toda aparición, aunque involuntaria, supondrá un acontecimiento excepcional en su vida, decididamente memorable. Por eso, quien se ve sorprendido por el ojo de cualquier cámara (en la playa, en la ruta, en cualquier cancha o en sus inmediateces o en la calle) atraviesa un momento especial.

Pero hay también otra clase de hábitos televisivos integrantes de este nuevo poder. Es gente que no está membretada en ninguna nomenclatura artística o farandulera, pero que por las leyes de la televisión actual aparecen repetidamente. Desde los escribanos (los "escris", según el particular lenguaje de Susana Giménez), encargados de dar fe a cualquier ocurrencia de la televisión, por más banal que sea; a los abogados defensores de todo infractor de la ley que anda por ahí y resulte acusado. Desde los alumnos de comunicación o periodismo que contribuyen con su voto final en el programa *Tiene la palabra*, de TN, a las promotoras que aparecen en carreras de autos o en partidos de fútbol promocionando alguna marca. Desde los niños y niñas cantores de la lotería a los participantes de cadena^ de oración que ruegan alrededor de un hospital por la aparición de un órgano para trasplante. Desde el personaje ignoto de *Duro de domar* que repetía el sonsonete "Espectacular" hasta los miles de televidentes anónimos que, a través de fotografías en las que se exhibían con un gesto sobre la frente simulando una letra L, pasaron por el ciclo admitiéndose como *losers* (perdedores, en inglés). En 2004, con astucia y oportunismo, los editores del programa *Indomables* descubrieron que la figura de una mujer, se repetía frente a hospitales y sanatorios, a velatorios y cementerios cuando quien estaba internado o había fallecido era una figura famosa. Esmirriada, algo desdentada, casi en el borde de la inimputabilidad, la mujer ofrecía desde su silencio un curioso testimonio.

En diversos "canteros comunicacionales" florecen cada tanto personas que, por ciertas y extrañas necesidades mediáticas, saltaron a la consideración pública. Aunque no siempre queda un registro de sus nombres, sí se sostienen en el tiempo figuras, rostros e imágenes:

- Los declarantes de accidentes, desde vecinos a médicos de emergencia.
- Fiscales, comisarios y, en especial, secretarios de juzgados que, en nombre de los jueces, deben explicar acontecimientos judiciales y policiales.
- Los directores de hospitales públicos y sanatorios privados, convertidos en voceros que ofrecen el último parte médico. Y ni hablar de



los especialistas del ciclo *E-24*, dedicado a mostrar la frenética y dramática actividad de los médicos y paramédicos en hospitales.

- Los pronosticadores de turno del Servicio Meteorológico Nacional.
- Amigos o familiares de imputados-sospechados-condenados que deben tomar la palabra en nombre de alguien momentáneamente impedido de hacerlo.
- Las ayudantes de los almuerzos de Mirtha Legrand, con el tiempo convertidas en personajes, igual que las multimencionadas (y casi nunca mostradas) Elba y Elvira, asistentes personales de la conductora de los almuerzos.
- Probablemente quien más lejos haya llegado desde el kilómetro cero del anonimato haya sido Herminia, la madre de Eugenio y Sebastián Weimbaum, los conductores de ciclos como *MDQ* y, últimamente, *Hombre al agua*. Audaz, precisa en sus dichos, simpatiquísima, su presencia en los programas de sus nenes no es una demasía sino un aporte concreto, primero en la producción y posteriormente en la conducción.

Como se, ve no todos los mencionados son "roba-cámaras". Pero ellos suman un capítulo especial, ya legitimado en nuestro volumen informativo, consistente en el "no sé cómo se llama, ni qué hace, ni por qué estaba allí pero apareció en televisión".

2002

El año de la gran misliadura

EN FOCO

Televisión basura y otros productos desechables

El origen de la llamada televisión basura es casi literal: a fines de 1988 el animador estadounidense Geraldo Rivera, de origen portorriqueño, introdujo una sección en su programa que le dio entidad y nombre a esta modalidad televisiva. Enviaba una cámara a revisar lo que algunos famosos tiraban a la basura. Con desenfadada impudicia eso se exhibía, y lo que el famoso había desechado —desde lo más íntimo hasta lo más oculto, y en cualquier caso repugnante— hablaba por la celebridad y se convertía en sorprendente información. A partir de esta desdichada idea, que algunos copiaron al pie del cesto y otros adoptaron conceptualmente (el hurgar descaradamente en las vidas privadas de las estrellas), el fenómeno de la tele basura (tele chatarra en España; tele bazofia en Italia) se extendió hasta convertirse en una oferta habitual de la televisión. Sin embargo, en ese mismo año otro escándalo televisivo instaló a Rivera en la tapa del semanario *Newsweek*. La invitación de un grupo de skinheads terminó con una feroz pelea generalizada por todo el estudio, de la que también participó Geraldo y salió con la nariz machucada por un golpe. Así, con la nariz herida y vendado, apareció Rivera en la portada del semanario bajo el título *Trash TV*. Por primera vez se usaba esa expresión (*trash*, "basura" en inglés) que ganaría un indiscutido lugar en el mundo de la comunicación masiva.

Curiosamente Rivera, que entró y salió de los andurriales del periodismo, fue en muchas ocasiones valioso investigador (cubrió con soltura los juicios a O. J. Simpson y Michael Jackson y las consecuencias del huracán Katrina en Nueva Orleans), corresponsal extranjero y de guerra en frentes como Afganistán, Kosovo y en la zona palestina. Actualmente conduce un ciclo propio por la señal Fox News.

Cuando en el verano de 2009 Nazarena Vélez se separó de la compañía de la que era productor su novio Luciano Garbellano y estrella Moria Casan, un equipo de *Intrusos* violó la basura en la casa de Vélez y encontró envases de medicamentos vacíos, a partir de lo cual especuló largamente con un estado de crisis de la vedette. El informe se tituló "La bolsa negra de Nazarena". Es evidente que, en ocasiones, ficción y realidad se entrecruzan, así como se cruzaron en la Argentina la aparición de la telebasura que ofrece como espectáculo lo que los famosos desechan, con la dramática urgencia de miles de personas que debieron revolver la basura para sobrevivir.

Con muy altas dosis de violencia, de exposición desmesurada de lajntimididad, de golpes bajos en abundancia, de todos los ingredientes amarillistas imaginables, la televisión basura llegó para cambiar un eje comunicativo. Si muchos ciclos de conversación y enfrentamiento de gente común propiciaron desde el escándalo o el contenido burlón, insidioso y espion

los cinco minutos de fama, esta clase de televisión y quienes la protagonizan procuran inocularnos los ahora ya indisimulables cinco minutos de adrenalina.

Además de Rivera, en los Estados Unidos ninguno llegó tan lejos como otro conductor televisivo llamado Jerry Springer. En sus programas puso de manifiesto su astucia y efectividad para sacar lo peor de la gente, así como una bárbara falta de límites verbales y gestuales. Con el casi único objetivo de obtener la confrontación en cámara —y cuanto más violenta, más rendidora en términos televisivos— reunió a parejas infieles, a hijos e hijas abusadas por sus padres, a vecinos o compañeros de trabajo con enemistad manifiesta, en un mitin inacabable de menesterosos morales, desquiciados y gente que apostaba más por la guerra que por la paz. El estilo Springer hizo carrera. Su repercusión fue objeto de enormes críticas, pero también de diversos y sorprendentes cultos, como que parte de su historia fue convertida en musical exhibido con éxito en teatros de Londres y Nueva York. Y si Springer terminó representado en escenarios centrales, la conductora peruana de talk shows escandalosos Laura Bozzo terminó entre rejas. Sus ciclos se caracterizaron por presentar sin piedad alguna dramas cotidianos de gente de bajos recursos, sin ahorrar detalles de morbo, insultos y peleas físicas. Pero ella, devorada por su ambición durante la presidencia de Alberto Fujimori, fue acusada de corrupción y encarcelada. Beneficiada por la prisión domiciliaria, concluyó sus tres años de encierro en un estudio de televisión, que pasaba por ser su hogar. Otra cultora de programas que arrancan en encuentros coloquiales pero que más temprano que tarde degeneran en intimidación y violencia, es la periodista Cristina Saralegui que desde *El show de Cristina*, por Univisión desde Miami, sigue haciendo de las suyas y es popularísima entre los hispanoparlantes de los Estados Unidos y de otros países. Alguno de sus temas: reyertas entre suegras y nueras, ballenas versus sirenas (mujeres gordas y flacas), muías del narcotráfico, hombres y mujeres que purgaron condenas sin ser culpables y todo aquello que a partir de confesiones privadas pueda alcanzar la categoría de catarsis colectiva, con desprecio humano y sopapos incluidos.

En 2003, en España, una especie de productora arrepentida decidió patear todos los tableros y escribió un libro para manifestar su pesar por todas las manipulaciones que había realizado desde un talk show que manejaba en la televisión de su país. El libro, titulado *¡Mírame, tonto!*, consigna en un pasaje: "Mentimos, engañamos, ganamos dinero, sobornamos, despreciamos, arreglamos concursos, tergiversamos informaciones, diseñamos programas zafios sabiendo que lo son, somos racistas, estafamos a directivos de televisión. Y no nos importa que usted crea o no lo que está viendo. Lo único que queremos es que usted lo vea", escribió Mariola Cubells.

En ese año, en un debate on line con lectores del diario español *El Mundo*, Cubells explicitaba: "Esta clase de programas que rastrean en lo podrido, en lo peor de cada uno, proliferan porque son más fáciles y más baratos de hacer que cualquier otro formato televisivo. Y se ven porque son muy fáciles de ver. Están diseñados en laboratorio como para que uno no pueda apartar

la mirada. ¿O dejamos de mirar cuando nos sorprende un accidente o una discusión en plena calle? Pero es mentira que la audiencia los pida. La audiencia no pide, la audiencia consume una oferta, un menú que nosotros confeccionamos". Desde 2006, Mariola Cubells es redactora jefe del periódico *ADN* pero no se alejó de la televisión: colabora en una sección especializada del programa *A vivir que son dos días* que pone en el aire la Cadena Ser.

Sabe bien de qué habla Mariola Cubells porque en la televisión de su país un talk show de la tarde, llamado *El diario de Patricia*, resultó el vehículo para que un hombre pudiera volver a acercarse a su pareja (cosa que la justicia le había prohibido pero que la televisión deseosa de rating decidió ignorar), la rusa radicada en aquel país Svetlana Orí ova, y asesinarla.

En la Argentina la televisión basura estableció que todo puede mostrarse en cámara y, básicamente, que todo tiene el mismo valor. Porque su única aspiración será relatar algo. En estos terrenos de apuesta televisiva sensacionalista, la Argentina funciona como espejo de lo que también sucede, y abundantemente, en otras televisiones del mundo.

Entre nosotros resultó tan válido presentar a alguien que fue un torturador durante la dictadura defendiendo sus procedimientos, como a una madre destruida y vulnerable por el reciente asesinato de su hija. La TV basura no se frena ante nada. Si en busca de la imagen necesaria debe ultrajar recintos como una terapia intensiva, lo hará, aunque el personaje se encuentre moribundo y entubado; si necesita la postrera declaración de cualquier personaje en situación crítica, la obtendrá; si en pos de una primicia debe elegir entre poner en riesgo el equilibrio de un juicio justo o la retirada discreta, no dudará en elegir desequilibrar a la justicia. Como dijo la periodista Gabriela Saidón en *Clarín*: "Hay una nueva realidad ficticia; en esto se transformó la televisión de la era del ombligo".

En el año 2002, *Impacto 12*, conducido por Mauro Viale por América se convirtió en un heredero local de la metodología Springer cuando el conductor y su invitado, el dirigente peronista Alberto Samid se agarraron a trompadas y a patadas frente a las cámaras. Empezaron hablando, casi como personas normales, del tema de la carne, sector en el que Samid desarrolló algunas de sus empresas, pero sorpresivamente el invitado exigió a Viale que revelara su verdadero nombre y apellido (de origen judío), mientras que Viale le reprochó que hubiera avalado la voladura de la AMIA. NO hubo manera de que la diferencia entre ambos no pasara a mayores pero antes de que se cortara la transmisión —detalle que Springer jamás hubiera aceptado— se vieron desaforados agarrones, patadas voladoras que no llegaban a destino y pinas propias de una riña esquinera. En otra ocasión, también en 2002, dentro del ciclo *Zap* se trenzaron, más con aparatosidad que con fiebre, los mediáticos Jacobo Winograd y Guido Süller. El hecho, inicialmente espontáneo, producto de diferencias de momento, precedió a otro evidentemente armado que se puso en escena dentro de un cuadrilátero, como los de boxeo o lucha libre en el marco del ciclo *Café fashion*. El vencedor de la contienda fue Guido Süller.

Otro ciclo de América -*La Corte*, conducido por Mauricio D'Alessandro

e inspirado en un programa norteamericano dedicado a la comunidad latina- planteaba, en franco tono de simulacro pero con violencia explícita, mediaciones judiciales ridiculas, chocantes y, en muchos casos, preparadas e incluso animadas por actores. Algunos de sus casos más resonantes: el acoso de una mujer madura a un stripper del que se había enamorado; un hombre grande que responsabilizaba a su fealdad el haber llegado virgen a semejante edad y que para torcer ese destino reclamaba una cirugía para cambiar de look; un hombre de campo que denunció a su compañero de trabajo porque se había enamorado de una oveja; un vecino que acusaba a otro de haberle tirado abajo una medianera.

En los últimos años, numerosos episodios de los que nos informamos a través de la televisión tuvieron rastros de ese estilo descompuesto y maloliente. La vigencia de lo carroñero signó el tratamiento de casos como el secuestro del padre del actor Pablo Echarri y crímenes como el de Nora Dalmasso, en un country de Río Cuarto, Córdoba, el de María Marta García Belsunce en un country bonaerense, o el de la joven Roxana Galliano, a la que presuntamente mandó a matar su marido.

En la década del 60, cuando comenzaban a imponerse las series filmadas en el extranjero y dobladas al español, un casi exclusivo y preocupante indicador de violencia eran los balazos que se disparaban y las muertes que esos entrecruzamientos generaban. Hoy, los ejes de la violencia son otros, numerosos y distintos, empezando por el destructivo desplazamiento de los fines informativos hacia los terrenos más escabrosos posibles, aquellos que no excluyen (al contrario, los estimulan) gritos, insultos, amenazas y hasta golpes en cámara, como se ha visto reiteradamente. En diversos programas, Chiche Gelblung (exhibiendo el muy desagradable desnudo de una mujer de más de 150 kilos de peso), Rolando Grana (contando sus personales experiencias por haber ingerido un hongo alucinatorio denominado ayahuasca, con vómito en cámara incluido) y Facundo Pastor se manifestaron como cabales representantes de este género. Una salvedad con respecto a Pastor: ha sido el autor de informes valiosos, realizados con una entereza admirable (la venta de bebés en Oberá, Misiones, o la vida en la peligrosa villa del Bajo Flores, la 1-11-14, ambas exhibidas en el ciclo *Documentos América*) pero hay algo de su estilo —la búsqueda del impacto a toda costa, aun de maneras forzadas y una especie de excesivo protagonismo— que enturbian otros logros de sus investigaciones.

Gelblung casi no se privó de nada en cuanto tuvo una cámara delante. A la (en sus tiempos) modelo Pata Villanueva le armó una cirugía facial en vivo y en directo, y a la actual modelo y vedette Pamela David la mostró haciéndose una ecografía del bebé que crecía en su vientre. Así como en otras ocasiones arremetió contra curanderos y, como acertadamente los llamó Raúl Portal, manochantas, o generó informes de improbable grado de veracidad, como, por ejemplo, el de los chupacabras asoladores del ganado en el campo argentino. Mayor fue el despliegue cuando salió a la calle para revelar lo que denominó la mafia del choripán, instalada en diversos puntos de la ciudad. "Para hacer eso -Gelblung indicó al semanario *Noticias-* in-

ventamos una marca comercial (el Me Chori), montamos un puesto, falsificamos los permisos y pusimos cámaras debajo de las rejillas de las parrillas. No se puede hacer solo. Cuando dicen que con un violín Chiche hace un programa, se equivocan. Para Me Chori movilizamos a más de 60 personas." Fue Gelblung el que difundió desde la televisión la aplicación de una máquina, presuntamente, detectora de mentiras a la que llamó el polígrafo y que, según su afirmación, había obtenido la homologación del mismísimo FBI. A ese enjambre de cableríos fueron sometidos personajes públicos como Silvia Süller (de quien procuraba una verdad: saber si estuvo recientemente embarazada o no), la presunta hija de Perón, el mentalista Ricardo Schiavetti, la escandalosa joven Samantha Farjat, que accedió a la popularidad (y al consecuente olvido) tras su figuración en el caso Coppola, y el diputado Héctor Di Tullio, el único que, entre 200 políticos invitados, aceptó dejarse palpar públicamente de falsedades. Pero en varias entrevistas Gelblung reniega de su costado escandaloso. En marzo de 2009 le explicó a Natalia Trzenko de *La Nación*: "Yo estoy en televisión desde 1994 y debo haber hecho ya unos cuatro mil programas. De esa cantidad, sólo siete fueron con el detector, en uno se le vieron las tetas a Graciela Alfano, he tocado tres o cuatro culos y dos tetas. Y sin embargo, las referencias de mis ciclos siguen siendo esas pocas emisiones".

Fue en 2005 cuando Grana (desde su ciclo *Códigos* que emitía América) participó de una ceremonia típica de los indios amazónicos, un ritual que incluyó una ingesta de un potente alucinógeno que lo hizo casi levitar y vomitar ante las cámaras. El capítulo se denominó "El viaje de Rolando". La experiencia, basada en ancestrales ritos religiosos, duró siete horas.

Y así como Grana precisó de la colaboración de un chamán para intoxicarse con ayahuasca, Facundo Pastor —con la ayuda de un productor de su programa *Documentos América* que se hizo pasar por un adolescente-ubicó vía chat a un artista plástico, acusado de pedofilia y, peor todavía, del secuestro de un menor. Cuando su colaborador y el presunto delincuente convinieron una cita, Pastor la interrumpió entrando cámara en mano y a los gritos preguntando por el chico del que nadie sabía nada hacía ya un año. El supuesto acusado huyó por la ciudad en taxi y detrás de él, primero en auto, después con la ayuda de un motoquero, el periodista Pastor, que finalmente lo acorraló cerca del Jardín Botánico.

Ni Grana ni Pastor modificaron la historia. No hicieron ni un alegato en contra (o a favor) de las drogas ni cercaron a los delincuentes pedófilos. Pero inocularon en la audiencia los cinco minutos de adrenalina que todos necesitamos.

Hoy violencia es...

* Grabaciones inventadas; difusión de informaciones falsas, como cuando en el marco del secuestro del papá de Pablo Echarri, Mauro Viale ofreció desde su programa, con chapa de veracidad, una información que le lle-

gaba vía celular. Luego de escucharla, su cara se descompuso de preocupación dando la idea de que acababan de pasarle una muy mala noticia. Por suerte, a las pocas horas, el secuestrado apareció convida. En otra ocasión, pero referido al mismo caso delictivo, fue Jorge Pizarro quien dijo que, apoyado en tres fuentes policiales diferentes, estaba en condiciones de afirmar que el secuestro había terminado mal. También Chiche Gelblung machacó sobre un posible final infeliz del rapto. En mayo de 2002, Eduardo Feinmann había sido colocado bajo la lupa del juez federal Sergio Torres por haber otorgado carácter de primicia al secuestro de cuatro alumnos de un establecimiento privado que jamás habían sido secuestrados.

* Reproducción de intentos de suicidio en vivo. En este género, Crónica TV alcanzó un techo difícil de superar. Un hombre, desesperado por reconquistar a su mujer, se instaló en el canal y terminó disparándose un balazo.

* Exhibición de elementos morbosos extraídos de los expedientes judiciales (datos, fotografías, reconstrucciones, etc.), lo que revela connivencia entre personal policial y judicial con los medios. El tratamiento de las muertes accidentales y violentas de los cantantes Rodrigo Bueno (en 2000) y Walter Olmos (en 2002) fue también un modelo informativo irritante que mezcló, en proporciones equivalentes, datos confusos (de Olmos se afirmó, al mismo tiempo, que estaba jugando a la ruleta rusa, que el arma se le disparó sin querer y que se había suicidado), con exhibiciones inadecuadas (el cuerpo sin vida de Rodrigo fue reconocido por algunos familiares a través de la televisión por el tipo de botas que llevaba puestas) y patético exhibicionismo (durante meses sus familiares más directos, empezando por su madre y su última pareja, que además le reclamaba la paternidad de un bebé, fueron hábitos de ciclos de televisión).

* Exhibición de secuestros con rehenes en vivo y cadáveres[^]

* Delectación en los momentos de intolerancia cotidiana y salvajes peleas callejeras, choques, accidentes y, en general, toda aquella forma de conducta ciudadana que se manifiesta con crudeza y sin filtro.

* La transmisión de cualquier clase de mensaje que resulte peligroso y amenazador para la convivencia social: que no hay valores, que todo es lo mismo.

* La apariencia de que en la televisión se habla todo, la venta de la realidad como show y ciertos temas presentados a la manera de verdad única (como el agotamiento de la gente frente al aumento de los hechos de violencia).

* La transformación de lo privado en público.

* Y otras cosas que, aunque no haya sangre ni arañazos, también son violentas: levantamientos de programas sin previo aviso; intempestivas modificaciones de horarios; la consecuencia de que los canales vivan aferrados a los dictados del rating (envilecido a partir de la vigencia del minuto a minuto) y sobre la base de ellos elaboren sus estrategias más cercanas e incidentales.

La realidad como documento extremo, ¿es una verdad inapelable? Es la famosa verdad televisiva, alentada por la presencia de cámaras y luces, por ojos ajenos y testigos. En esta clase de ciclos, y también en los noticieros, el público recibe altas dosis diarias de adrenalina, a través de un menú que dispara nuestras glándulas suprarrenales. Breves, y no tanto, imágenes de peleas a golpes y a patadas, descarrilamientos, incendios, atentados, procedimientos policiales, todo expuesto sin grandes explicaciones y con el fundamental propósito de impactar, traen como consecuencia el aumento de la presión arterial, la dilatación de los bronquios, la estimulación de los jugos gástricos y la aceleración del ritmo cardíaco. Sin que lo percibamos, esas pequeñas cuñas de distorsión de la realidad penetran en nuestras vidas y alteran nuestra condición física y mental.

En la cartelera argentina no debe haber programa más adrenalínico que *Policías en acción*, seguido por una considerable audiencia, de más de dos millones de televidentes por semana. Realizado por un equipo de filmación y producción (de la misma productora que instaló en el mercado local el formato de *Gran Hermano*), el grupo, dotado de chalecos antibalas, se instala a bordo de un patrullero de la tan cuestionada policía bonaerense y sale a la calle a buscar historias de violencia y crimen. Las imágenes que los realizadores obtienen y ponen en el aire son las más crudas, conflictivas y realistas instantáneas de la vida y la muerte en el conurbano.

No son pocos los que cuestionan la utilidad del ciclo. Alegan que, si bien muestra una realidad indeseable pero existente, le ofrecen cámara a delincuentes o a bravucones a los que estimulan y exasperan en su afán de mostrarse y exhibirse. Tampoco son minoría aquellos que, apoyados en la permanente violencia que emana de las imágenes, piensan que este "hacerlo para la televisión", edulcora los amargos blasones de una fuerza policial de oscuros antecedentes. Para contradicción de muchos, *Policías en acción* vuelve espectacular, familiar y entretenido el complejo drama de la inseguridad en barrios marginales, pero sin ahondar en causas ni en efectos.

Éramos pocos y llegaron las cámaras ocultas

En la Argentina, en donde no existen regulaciones legales acerca de la utilización de las llamadas cámaras ocultas, la justicia aún adeuda expedirse acerca de qué considera más defendible: si el derecho a informar a cualquier costo o el derecho a la intimidad. Sin embargo, en abril de 1999, la sala 1 de la Cámara de Apelaciones en lo Criminal y Correccional Federal admitió como prueba una filmación realizada en 1997 por un equipo de *Telenoche* con cámara oculta en la que se revelaba que dos personas, una de ellas oficial de justicia, sacaba expedientes de Tribunales a cambio de dinero. El estudio de abogados capitaneados por los doctores Moreno Ocampo y Wortman Jofré ofrecían a sus clientes un servicio de captación de datos, principalmente en casos de extorsiones o delitos de puertas adentro mediante cámaras ocultas. Dos abogados de ese estudio -los doctores Alicia

.Isola y Ariel Garrido- declararon a un sitio especializado en Internet que "sólo recurren a este medio de prueba "a pedido de las víctimas y con fines netamente judiciales", y explicaron que para asegurar transparencia al procedimiento contratan los servicios de un escribano para certificar que se trata de un casete virgen y que ya dentro de la cámara éste la precinte y proteja. El mismo escribano guarda la cinta hasta que es solicitada por el juez interviniente.

No son pocos los que sostienen que las cámaras ocultas, tal como la ha popularizado la televisión de hoy, banalizan al auténtico periodismo de investigación. Tienen motivos para pensarlo. Aunque hay que tener agallas para estar con tanto equipamiento secreto encima, tan cerca del, digamos enemigo, con riesgo de ser descubierto, al periodista lo asiste en ese momento el histrionismo del disimulo y la mentira, así como la efectividad de la más moderna tecnología.

Si la cámara oculta fastidia es porque, en un punto, se trata de un recurso equivalente al documento oportuna e interesadamente desclasificado por un funcionario para sepultar a otro con el que se encuentra enfrentado; es como la fotografía tomada por asalto y hasta observa parentesco con las escuchas telefónicas que graban los organismos de seguridad. Es evidente que cada uno de estos recursos deja a alguien (concretamente al que desconoce su existencia) en inferioridad de condiciones. Se concreta, más allá del deseo de convertirnos en testigos de revelaciones delicadas y desconocidas, un acto de evidente deslealtad. Sin embargo, en nuestra televisión, incansable perseguidora de adrenalina, la herramienta de la cámara oculta, escondida es considerada como una forma de comunicación e informador vigente y válida.

¡Oh! gloriosos e ingenuos tiempos aquellos de la década del 60 en que los iniciales registros a escondidas —provocaciones y picardías del productor Guillermo Smith y del periodista Nicolás Mancera a través de *¿e Sábado? Circulares*— tenían como único fin el entretenimiento, al punto que quienes provocaban las situaciones eran actores, reconocidos por su caradurez, y el género que interpretaban se denominaba cámara candida.

Hoy mucho de aquella inocencia ha desaparecido y no se concibe un cámara oculta si no es para arrojar la honra o la credibilidad de alguien. ¡Los famélicos perros de la tele. Sin embargo, hay algunas cámaras ocultas —las que procuran sorprender con las manos en la masa a un funcionario corrupto— que se diferencian de otras. Éstas, las que tienen directa incidencia en el bien común, se toleran más. En esta línea hemos sido testigos del accionar de funcionarios mayores o menores, de distintos poderes (político, policial, judicial, gremial), pidiendo o recibiendo una coima, amañando fallos por intereses espurios o arreglando procedimientos ilegales o mafiosos. Esta clase de revelaciones generan mayor regocijo colectivo que las que únicamente persiguen la degradación de la vida privada o el exhibicionismo de las más íntimas elecciones personales. Nuestra televisión mostró ya numerosos ejemplos de ambas tendencias y siempre sus objetivos estuvieron mas cerca del impacto, de la adrenalina y del rating que de la sed de justicia.

"Hay un exceso de cámaras ocultas -opinó en abril de 2009 Jorge Lanata, que en esas horas preparaba su retorno a la televisión, en la que no trabajaba desde 2005—; yo no estoy de acuerdo con su uso. Creo recordar una sola vez en tantos programas que hicimos. Somos periodistas, no espías. Mi laburo es otro, no es hacerme pasar por alguien... *Telenoche* nunca encuentra ministros, siempre encuentra subcomisarios. Y yo salgo a buscar y encuentro ministros. ¿Cómo puede ser? Buscamos por barrios distintos."

En cualquier caso, las cámaras ocultas y sus objetivos reavivan el todavía tibio debate acerca de la ética periodística. Consultada en 2004 por la revista de la Unión de Trabajadores de Prensa (UTPBA) la abogada y profesora de Ética Periodística Silvana Frederick, aclara que "entre la presentación de una imagen como evidencia y la búsqueda del impacto, existe una línea débil que puede terminar diluyendo la investigación en un mero espectáculo. Es necesario por eso que quienes se plantean el uso de la cámara oculta lo hagan desde la responsabilidad profesional". La experta Frederick agregó: "Hay distintas categorías de personas con relación a los ámbitos de protección de la vida y del honor. Si hablamos de un funcionario público la protección es menor que si hablamos de un ciudadano particular. Hay que ver el contexto para determinar, desde el punto de vista legal, si hay o no violación de la vida privada. Sí la información es considerada un bien social, hay que preguntarse qué tipo de revelación mejora la calidad de vida de la población".

Lo ocultable que se muestra

En los tiempos que corren, con una tecnología tan avanzada y variada y con elementos de filmación tan diminutos como el botón de un saco, el frente de un antejo o la cerradura de un atache, o con teléfonos celulares que registran voces e imágenes, cualquier forma de intromisión está asegurada. Pero convengamos que no siempre estas persecuciones significan una guerra contra la hipocresía o contra lo que está tapado y merece ser sacado de la invisibilidad. Como dijimos, en la Argentina no existe regulación legal en la utilización de las cámaras ocultas. En caso de que cualquiera de estas filmaciones termine en una intervención judicial, son los jueces los que deben determinar qué pesa más: si el derecho a informar o la intimidad vulnerada. Un pensamiento generalizado justifica a las cámaras cuando se inmiscuye con el fin de proyectar públicamente un delito o algún hecho de interés público.

Algunos casos emblemáticos:

- Los programas de chimentos impusieron la moda del video prohibido: desde escenas ingenuas como la de la princesa Máxima cambiando los pañales de su bebé, hasta situaciones picantes como las de las vedettes o chicas mediáticas en situaciones sexuales más o menos comprometedoras.

- Una de las cámaras ocultas que tuvo mayor trascendencia fue la que en 2002 emitió el programa *Intrusos* sobre Marcelo Corazza, el actor de la primera edición de *Gran Hermano*. La secuencia se desarrollaba en el interior de un auto y giraba en torno a la posibilidad que Corazza y el joven que lo acompañaba (equipado con los elementos necesarios para la realización de la cámara oculta) mantuvieran relaciones sexuales. La situación impactó, no sólo porque violó la intimidad de una persona, sino porque durante el desarrollo del programa Corazza se había empeñado en manifestar una imagen tranquila y familiar, totalmente contraria a la de su competidor Gastón Trezzo que había llegado a revelar públicamente su homosexualidad.
- Durante una extensa etapa las cámaras ocultas del programa *Vi Match* significaron un modelo de técnicas de intrusión. Pero en el año 2003, la jueza Carmen Ubiedo condenó el uso de estas cámaras dentro de programas de corte humorístico y los responsables del ciclo tuvieron que asumir una sanción de 18 mil pesos por el daño físico, psicológico y moral en contra de un jubilado que resultó considerablemente lesionado luego de que intentara llevar en la calle dos bolsos de apariencia liviana pero que en realidad pesaban 40 kilos.
- El programa se especializó en otra clase de burlas jacarandosas: la que se denominaban "una jodita para *VideoMatch*". La modelo Mariana Salazar recibía en su casa, atractivamente ataviada, a un hombre, a un electricista o a cualquier tipo de servidor, a quien accedía sin disimulo alguno hasta hacerlo reaccionar. Posteriormente exhibían la grabación frente a la pareja del burlador burlado y éste se solucionaba cuando entre abrazos, la esposa cómplice de la cámara oculta y el novio o marido sorprendido, recibían un importe electrodoméstico de regalo.
- En el programa *Dominico*, conducido por Nicolás Repetto, la técnica de intromisión alcanzó niveles sorprendentes. Una chica con voz muda, especialista en lectura labiodental, revelaba conversaciones de famosos, famosas y políticos. Una de las sorprendidas fue la actriz Victoria Onetto, filmada durante un desfile de modas, mientras dialogaba muy privadamente con un amigo en tono crítico acerca de las mujeres que desfilaban. A la actriz la enfureció la intromisión y exigió de Repetto una disculpa pública. Cuando a la que sorprendieron, entre dichos maledicentes, fue Ginette Reynal, la actriz hizo cargo de su parte chismosa: "Todas las mujeres, cuando estamos juntas, criticamos o miramos mal. Lo que a uno no le gusta o sí mismo lo utiliza para hablar de otros". Luego de una o dos lecturas a políticos, dejó de hacerse.
- El programa *Puntodoc* grabó con cámara oculta al cirujano Alberto Ferriols, a la sazón marido de la vedette y actriz Beatriz Salomó: y lo sorprendió mientras procuraba obtener favores sexuales de un

dienta travestí a cambio de un descuento por una operación plástica. La exhibición provocó al médico y a su pareja serios daños personales y profesionales, y numerosos entuertos que todavía se dirimen en sede judicial. Curiosamente, cuando el material salió al aire (octubre de 2004), el programa no pudo mencionar el nombre completo del médico, que ya había enviado una carta documento para prohibirlo. Debido a ese impedimento se transformó en "el doctor que no podemos nombrar". El caso tomó visos de escándalo a partir de que el médico y su pareja concurrieron a *Intrusos* para defenderse. En mayo de 2009, el caso recuperó sitio en la agenda porque ya se había fijado fecha para la realización del juicio oral por el caso, pero también porque Beatriz Salomón volvió a convertirse en personaje de los programas de chimentos cuando trascendió que había intentado suicidarse. Ella misma aclaró que sólo había ingerido ("Para dormir y no pensar") unas cuantas pastillas de un conocido psicofármaco pero que se había intoxicado porque ya estaban pasadas de su fecha de vencimiento. La vedette aseguró que desde aquel video su vida cambió: se siente prohibida, con mala prensa y con numerosas deudas.

- En 2008, dentro de su programa *GPS*, Rolando Grana mostró cómo dos empleados adscriptos al Jardín Botánico de Buenos Aires alquilaban, en beneficio propio, zonas del predio para filmaciones y producciones fotográficas. Los empleados fueron separados de sus cargos, al mismo tiempo que se comenzaba a investigar una denuncia de mayor peso: si en ese paseo público habrían sido enterrados cuerpos de desaparecidos.
- Ningún caso de cámara oculta alcanzó tanta repercusión como cuando algunos menores internados en el hogar Felices los Niños, manejado por el sacerdote Julio César Grassi, denunciaron que habían sido abusados sexualmente por el religioso —el de mayor popularidad en la Argentina— en numerosas ocasiones. Las imágenes las obtuvo la periodista Miriam Lewin (sacó a la luz una causa que desde hacía dos años radicaba en tribunales de Morón) y fueron difundidas por *Telenoche investiga* a fines de octubre de 2002, cuando los menores Ezequiel y Gabriel aparecieron con los rostros tapados haciendo gravísimas imputaciones a la conducta personal y a la moral del cura. Antes de la emisión del programa, la justicia ya había dictado una orden de detención en contra de Grassi, a quien acusaba de abuso deshonesto y corrupción de menores agravada. Haciendo honor a su innegable estirpe mediática, Grassi anunció en los estudios de Canal 9 (adonde había llegado para desmentir las acusaciones en su contra) que se entregaría a la justicia, cosa que recién hizo al día siguiente.

Gran Hermano 3, que había empezado en la temporada anterior, termina en ésta, con Viviana Colmenero como ganadora, entretanto Cuatro Cabezas ensaya la segunda (y última edición) de *Super M*.

Humor, chicos y magazines

Tres de los pilares cómicos de *VideoMatch*, Pacho Peña, Pablo Granados y Freddy Villarreal, abandonan la escudería de Tinelli para probar suerte en otras manos tan poderosas como exigentes.

Lejos de independizarse, caen en la órbita de Gerardo Sofovich para hacer en Canal 9 *La peluquería de los Mateos*. También son de la partida Rolo Puente, Florencia de la V, Norma Pons e insinuantes chicas que entran y salen en escena moviendo las caderas.

El veterano productor no sólo se encarga de la producción diaria de *La peluquería* sino que también vuelve a reeditar una nueva versión de *Polémica en el bar* que graba más temprano, pero que se emite a las 23, con él mismo piloteando la mesa, aunque con un muy protagónico Chiche Gelblung y los activos aportes de Osear González Oro, Luis Pedro Toni, Mariano Iúdica y Ginette Reynal.

En una TV que va cubriéndose de inconveniencias a cualquier hora, se agradece que, al menos, un par de conocidas figuras sigan optando por contenidos blancos.

Es el caso de Julián Weich que, después de casi veinte años de pasar por distintos ciclos de Canal 13, se va a Telefe para hacer *Trato hecho*. "Éste es un programa de entretenimientos que se distingue de los demás porque entrega 250.000 pesos. Además el hecho de trabajar con quinientas personas en el estudio es un desafío para mf. *Trato hecho* mezcla show, entretenimiento, posibilidades de ganar plata y no tiene contraindicaciones porque lo puede ver toda la familia y eso a mime importa mucho", le dice Weich a *La Nación* (11/7/03). El espacio está producido por Endemol y llegará a ser uno de los programas más vistos de la tevé abierta.

Todavía mucho más dirigido a los chicos, *Guinzburg & Kids* presenta, también por Telefe, al inspirado conductor rodeado de pequeños de 8 a 12 años, acompañándolo en eficaces sketches. También incluye una sección con preguntas y respuestas, tipo *El legado*, con grandes premios para quien gane.

Una nube de magazines pasatistas cubre los horarios más diversos, especialmente en el tramo de la siesta. Lideran, atragantándose de risa, *El show de la tarde*, por Telefe, Florencia Peña y Marley, una dupla que nació casualmente en uno de los programas itinerantes del animador famoso por sus bloopers y furcios. El canal percibe en la delirante química que logran una punta para un ciclo diario que, de todos modos, no invalida a *Mundoshozo*, los paseos televisados por cualquier latitud que emprende Marley muy seguido. Aun así le queda tiempo para producirle a Canal 9 *Tiempo es dinero*, un programa conducido por Catherine Fulop.

Las mujeres solas pisan fuerte en el territorio de los magazines, pero ni Georgina Barbarossa ni Carmen Barbieri tienen suerte con sus respectivos envíos: *Georgina y vos* no logra sostener el rating que le deja *El noticiero de Santo*, por el 13; en tanto que *Cómplices y testigos*, no llega a medir ni 3 puntos, en América.

En cambio con *Grandiosas*, que cuenta con la conducción tripartita de Laura Oliva, Karina Mazzoco y Fanny Mandelbaum, se despabila un poco la habitualmente gélida tarde del 13. Con menos repercusión, en el mismo canal, Anita Martínez y Verónica Lozano hacen *Las chicas de la calle*.

Tempranito, a las 11:30, y por el 9, Alberto Martín y Caro Chande madrugan a todas con *Easy*, un programa comercial que promueve los productos del hipermercado del mismo nombre.

Misterios y milagros, el periodístico metafísico conducido por Víctor Sueiro, ¿es también un magazine? A su manera sí porque pasa revista a distintos temas, pero siempre ligados a temáticas del más allá, creencias y episodios fuera de lo normal donde interviene la Divina Providencia o santos varios. Canal 13 lo pone en el aire semanalmente en horario nocturno y tendrá tanto impacto, que lo habilitará a una segunda temporada en 2004. Por su parte, *Rescate emotivo*, en el 13, y *Biografías*, por el 9, proponen el ejercicio de la nostalgia presentando informes bien ilustrados y reforzados con testimonios sobre programas y personajes de distintas épocas.

f

Noticieros y divas, en movimiento

Favorecidos por acontecimientos de enorme gravitación como la guerra en Irak, los noticieros recuperan tiempo y espacio perdidos en las anteriores temporadas y hasta se animan a encarar novedosos formatos como el *Diario de la guerra*, que Telefe pone en el aire en sus trasnoches (y que luego se transformará, y hasta nuestros días, en *Diario de la medianoche*).

Tal es la revitalización del género, que América hasta se anima a instalar en su pantalla sendos noticieros con sólo dos horas de diferencia (*América noticias, 2ª edición*, a las 19, e *Informe central*, a las 21). "La prueba más contundente de la reinstalación de los informativos en los primeros planos —señala *La Nación* (12/4/03)— es la presencia de *Telenoche* (Canal 13) como el programa más visto de toda la televisión abierta hasta fines de la semana última. El regreso de Susana Giménez, el lunes 7, le quitó, por ahora, ese lugar de privilegio, pero las últimas mediciones mostraron que puede competir palmo a palmo con la diva más glamorosa de la pantalla chica."

Es que a la diva de los teléfonos le gusta pisar fuerte cuando vuelve y para hacerlo no se le ocurre mejor idea que invitar a otra diva: Mirtha Legrand. Podría decirse, para ser justos, que entre ambas le ganan en el rating a *Telenoche*. En el sketch tiene como invitados a Daniel Scioli y a Adolfo Rodríguez Saá. Pica alto en el arranque: 28,9 puntos. En agosto graba una participación para *Son amores* y, en octubre, su programa comienza a emitirse en Miami.

La diva de los almuerzos también regresa tras su sabático 2002. Adrián Suar le había propuesto volver con un magazine a la tarde, por el 13, que se llamaría *Mirtha TV*. Pero ella prefiere ir a lo seguro y primero negocia con Canal 7 para terminar debutando en América con sus acostumbrados almuerzos.

Marcelo Tinelli también había intentado tentarla, tanto desde su programa como en privado, para que protagonizara un programa junto con su hija, Marcela Tinayre, y sus nietos, Juana y Nacho Viale, pero esa propuesta tampoco prospera.

Escisión en la patria chimentera

Jorge Rial abandona, finalmente, la gerencia de programación de América. La noticia trasciende el 1° de marzo, cuando ya el canal ha pasado del tercero al cuarto puesto.

Se repliega, claro, en su rispido programa *Intrusos en el espectáculo*, que hasta entonces sólo había tenido que competir contra *Rumores*, que conducían Carlos Monti y Susana Roccasalvo. Desavenencias con su más pelirroja y pálida columnista, Viviana Canosa, llevan a ésta y a Camilo García a apartarse del equipo y forjar un programa similar, *Los profesionales de siempre*, en Canal 9. Pero habrá un corte en la continuidad de este ciclo, hasta que en 2006 recomienza y sigue en el aire hasta nuestros días. El chimento atrevido le calza mucho mejor a Canosa.

Los chimentos, cada vez más zarpados e improbables, ganan terreno. Y lo harán mucho más todavía en los años por venir.

EN FOCO

Los programas de chimentos

El chisme, esa baratija del mundo de la información, tiene en la televisión mundial un valor elevadísimo. Lo que para muchos es chafalonía desechable para millares tiene la consistencia de un metal precioso. Y ni hablar de la cotización que alcanza en la televisión argentina, en donde quien tenga un chisme tiene una posesión equivalente a un tesoro.

Los diccionarios Kapelusz y Larousse definen el chisme como "murmuración o hablilla" y "noticia verdadera o falsa que se cuenta para maldisponer a una persona con otra o para desprestigiar a alguien". Lo cierto es que una buena parte de lo que tiene conocimiento público en la televisión proviene de ciclos como *Intrusos en el espectáculo*, *Los profesionales*

de siempre, *Infama*, *Ponele la firma* y varios más, como *Bendita*, que por Canal 9 conduce Beto Casella y *Resumen de los medios*, cuyo elenco encabeza Mariana Fabbiani. Estos dos ciclos —también mencionados en el capítulo referido a programas con materiales de archivo— juntan la actualidad con la exhibición de materiales pasados. Y ahí sí que tiene vigencia ese dicho tan en boga en el país: (casi) nadie resiste un archivo. La lista se completa con programas de actualidad (espacios como los que conducen Mauro Viale y Chiche Gelblung) y de conversación (los almuerzos de Mirtha Legrand) que no son exclusivos de esta línea pero frecuentan el género; magazines (*Mañaneras*, *AM*) y, créase o no, hasta informativos, que aunque sea en carácter de notas secundarias, no se privan de este volumen noticioso, extranjero y nacional.

Intrusos en el espectáculo, conducido por Jorge Rial y Luis Ventura, es consumido por 800 mil personas promedio, mientras que una cifra cercana a la mitad sigue a *Los profesionales de siempre*, que lidera Viviana Canosa. En cada uno, temibles lenguaraces instalan historias fútiles, dramas sin esencia, cientos de cruces verbales y enfrentamientos que, a pesar de ser menores, incapaces de atravesar cualquier dimensión histórica y de agotarse en horas o en pocos días, logran despertar enorme interés.

Desde tiempo atrás, estos programas pelean con fiereza cada nota, defienden sus exclusivas con uñas y dientes y propician increíbles guerritas y escándalos. Resulta común ver a los movileros, cronistas y noteros luchando al aire para quedarse con el galardón de la primera vez de cualquier declaración altisonante.

Es recordado el episodio de noviembre de 2007, cuando Viviana Canosa, sin posibilidad —por razones contractuales— de acceder a la casa de *Gran Hermano* y hablar con sus participantes incluso después de la eliminación, montó en un helicóptero, sobrevoló la casa, tiró volantes sobre el lugar y tentó a los participantes para que salieran a saludarla. Antes, en una conversación casual dos de los participantes la habían mencionado y ella supuso que la estaban alentando a acercarse.

Frente a la insólita amenaza invasora, de inmediato todos los participantes recibieron de la producción la orden de recluirse en el salón de usos múltiples de la casa, mientras que desde el comando central colocaban una placa e interrumpían la transmisión televisiva, por cable y on line. Si bien nadie se presentó en su programa, Canosa se dio el gusto de entrometerse y molestar.

Rial corre con alguna ventaja: combina sus fieros descubrimientos con un medio electrónico llamado *Primicias ya* y con la revista semanal *Paparazzi*, en la que también está involucrado su coequiper televisivo Luis Ventura.

La temporada de verano 2008-2009, marcada por la inestabilidad y por el avance de una crisis preanunciada como global, tuvo una llamativa equivalencia entre la actividad teatral (básicamente desarrollada en Mar del Plata y Carlos Paz, en Córdoba) y los programas de chimentos, que contaron con cámaras y enviados especiales en esos destinos. Y así como Moría Casan tomó como punching ball a su compañera de rubro Nazarena Vélez,

Miguel Ángel Cheruti desafió a Nito Artaza y Carmen Barbieri y Santiago Bal defendieron con uñas y dientes el escueto galardón de ser líderes en las taquillas del verano marplatense, a Rial le tocó pelear cada tarde el rating con Canosa y Santiago del Moro compitió con Polino. En cualquier caso, la pelea fue de carácter económico.

Con declaraciones enfáticas y exóticas, casi siempre de carácter personal, las estrellas de cada espectáculo trataron de poner en evidencia o de disimular a quién le va mejor o peor en las recaudaciones. Sobre la base de esos mismos personajes, los conductores de los ciclos chimenteros disputaron un idéntico universo de intereses. Del mismo modo en que se pelea qué compañía teatral encabeza la lista de entradas vendidas, también se dirime el rating. Como escribió la periodista Natalia Trzenko en *La Nación* Espectáculos: "La venta de cada entrada se pelea con uñas y dientes y frente al público que lo mira por TV". Esta desfachatada manera de exposición no es únicamente responsabilidad de medios y difusores. Responde también a conveniencias de las figuras del espectáculo. Durante décadas, lograr que un actor o una actriz manifestaran públicamente sus elecciones sentimentales y preferencias sexuales suponía una hazaña. Y, en ocasiones, para el que se animaba a dar semejante paso, un compromiso extremo. Debido a eso se resguardaban situaciones íntimas y confidencias excesivas. Y hoy, también de la mano de un cambio de costumbres y un corrimiento del pudor promedio de la sociedad, las figuras entregan a la consideración pública, y a veces al manoseo, capítulos secretos de su manera de ser. Pero —obvio— un análisis semejante no estaría completo, ni sería ecuánime si no se mencionara la notable afición de los televidentes por esta clase de información. Una inclinación persistente, habitualmente disimulada por justificaciones encuadradas en lo que se supone políticamente correcto: "Lo vi de casualidad" o "Nunca veo televisión a esa hora pero estaba en la casa de mi suegra y ella tenía prendido..."

Un poco de historia

Que el mundo del chimento televisivo ya no es lo que era antes, cuando la hoy candida Tía Valentina o el irremediablemente kitsch Lucho Aviles comenzaban a meterse en las vidas ajenas, da cuenta el hecho de que en 2008 informaciones de verdadero interés nacional, como el conflicto generado con Uruguay por las papeleras o la división de intereses entre el gobierno y sectores agrarios por las retenciones a la importación, tuvieron igual o menor presencia televisiva que los hechos y dichos de Nazarena Vélez, que los participantes y jurados de *ShoxxMatch* o los del bailarín y cantante Daniel "La Tota" Santillán.

Valentina Gestro de Pozzo se inició en el periodismo escrito en la década del 30. Cuando llegó a la televisión, en la década del 70, ya tenía una extensa carrera periodística. Desde la pantalla renovó su fama e impuso el eslogan "Buenas tardes, lindísima gente". Ya en 1999, cuando hacía 12 años que estaba alejada de la televisión (volvió fugazmente en 2000, por el canal

América dentro de un ciclo que conducía Carmen Barbieri pero sin gran repercusión) observó que entre lo que ella hacía y lo que se hacía en ese momento en materia de chimentos había un abismo. Precisó: "La gran diferencia es que, en mi caso, no importaba tanto qué decía, sino cómo lo decía: información de tono coloquial, como si quien lo estuviera diciendo fuera una vecina. Yo me preocupé por marcar un estilo. Mi éxito radicó en la manera de contar: sin lastimar, sin golpes bajos, sin invadir la privacidad. Voy a decir algo que tal vez sorprenda: a mí el chimento nunca me interesó, pero siempre supe que era lo que le gustaba a la gente. Y en eso ponía todo: iba a los estrenos, a las filmaciones, veía cómo se comportaban los famosos, cómo se vestían. Me quedaba con todos sus actos públicos, únicamente. Jamás me metí en camas ajenas", dijo quien pertenecía tanto a la familia que fue bautizada como la tía Valentina. Es cierto lo que dice. Desde tiempo atrás la información está sesgada hacia lechos, automóviles con vidrios polarizados, zonas vip de boliches de moda y lo que interesa principalmente es evidenciar conductas íntimas siempre y cuando originen peleas y escándalos.

El otro pionero de la chismología es Lucho Aviles, que dio sus primeros pasos en la maledicencia televisiva en 1971 con *Radiolandia* por el 11. Durante décadas, *Radiolandia* fue la publicación que se ocupaba de hacer público lo más posible de lo menos permitido del ambiente artístico. Y lo hacía desde un lugar de protección al artista, nunca con fines denigratorios o mortificantes. A Aviles lo acompañaban al principio Juan Alberto Mateyko, Leo Vanes, Jorge Jacobson y Susana Fontana. Ya en la década del 90, Aviles formó desde su ciclo *Indiscreciones* a actuales especialistas como Susana Roccasalvo, Marcela Tauro, Marcelo Polino y el mismísimo Jorge Rial. Actualmente, Aviles conduce *Convicciones*, un ciclo diario que va por el canal de cable Magazine.

"Han dejado de existir los programas de espectáculos. Hacen riñas y disputas continuas, se viola el dormitorio. Eso no es periodismo de espectáculos, es otro tipo de programas. Periodismo de espectáculos es ir a ver una obra de teatro y luego criticarla, guiar a la gente sobre lo que puede ver o no. Hoy en día hay poco y nada de eso en la televisión", sentencia Aviles en una declaración, aludiendo a un rubro que tampoco él frecuenta en sus ciclos. Aunque tenga razón cuando afirma que "el periodista lleva a un entrevistado que no tiene problema en contar nada y narra hasta con quién se acostó. Termina siendo una especie de conventillo al que la gente cada vez le cree menos... De ese modo las figuras se hacen notorias pero duran poco. La televisión es un alto horno que te da popularidad de un día para el otro, pero te derrite en un momento y pasas a ser nadie".

Hoy, los anónimos y los famosos (los ricos y los ignotos, según la ya clásica caracterización de José Pablo Feinmann) parecen ser partes de una misma entidad, cruzada por poderosos intereses mediáticos, por una creciente alteración y cruce de límites entre lo público y lo privado y por una lamentable carencia de códigos y de pactos de confiabilidad.

Tal vez producto de la crisis, los ciclos de chimentos llegaron a ocupar, desde 2001, unas diez horas diarias del menú televisivo. Fue, justamente en

ese año fatídico de la vida nacional, que arrancó el ciclo *Intrusos*, con el formato de un noticiero de la farándula especializado en revelaciones de alto impacto. Desde ese lugar saltaron a tener programas propios —con modalidades similares e idénticos propósitos mortificantes—, Viviana Canosa, Connie Ansaldi, Marcelo Polino y Luis Piñeyro, entre otros. Hasta 2002, *Intrusos* (por América TV) tuvo como principal competencia a *Rumores* (de la hoy inexistente Azul Televisión o Canal 9) conducido por Carlos Monti y Susana Roccasalvo, hasta su separación sin pena ni gloria. Desde 2003, quien comenzó a morderle los talones (y otras cosas) a Jorge Rial y staff fue la otrora integrante de su equipo Viviana Canosa, que integró ciclo propio. Horacio Cabak condujo otro ciclo de la tarde con un panel exclusivo de mujeres, que en tiempos de reivindicaciones de género, revivía antiguos paradigmas achacados a lo femenino, como exclusivas portadoras del chisme.

Marcelo Polino parece tener clara la verdadera dimensión de estos ciclos, a los que define del siguiente modo: "Es para la gente que consume farándula chatarra y que le gusta, porque así lo dice el rating. Por como estamos como país la gente mira lo que la identifica: el quilombo. Creo que no funcionaría un programa que muestre prolijamente las mansiones de los famosos como hace (la señal) E!, desde Hollywood", explicaba el conductor al diario *Página/12* en el año 2002, cuando era el conductor del talk show *Zap TV*. El ciclo era frecuentado por una serie de personajes a quienes se los identificó con el mote de "los mediáticos": desde el Larva a el Laucha, desde Guido Süller a Jacobo Winograd, desde Mich a Oggi Junco.

Los querramos o no, seamos sus asiduos espectadores o nos proponemos ignorarlos, lo cierto es que comenzamos a estar rodeados por personajes con los que no nos sentaríamos a tomar ni siquiera un café. Y, sin embargo, en el momento menos imaginado, un televisor enpendido nos hace compartir sus dichos por completo faltos de interés, su presencia esperpéntica y su ilimitada grosería. También somos rehenes del mundo-chisme, ese que tantos temas de conversación nos depara.

Chismes en la tele de aire

Intrusos en el espectáculo (América TV)

Los profesionales de siempre (Canal 9)

Ponele la firma (América TV)

Infama (América TV)

Secretos verdaderos (América TV)

Secretos de colección (América TV)

Top Ten en vivo (América TV)

Bendita (Canal 9)

RSM (América TV)

Un mundo perfecto (América TV)

Chismes en la tele de cable

Bien de verano todo el año (Magazine)

Convicciones (Magazine)

Minuto a minuto (Canal 26)

Expertos en chismología

Intrusos: Jorge Rial, Luis Ventura, Marcela Tauro, Daniel Gómez Rinaldi, Marcelo Polino, Luis Piñeyro, Cora Debarbieri.

Profesionales: Viviana Canosa, Adrián Pallares, Ángel de Brito, Luis Bremer, Camilo García.

Ponele la firma: Marcelo Polino con panelistas rotativos.

Infama: Santiago del Moro, Valeria Schapira, Magalí Montoro, Silvina Fuentes, María Pía Shaw. Voz en off de Dalia Gutman.

Secretos verdaderos: Luis Piñeyro y María Pía Shaw.

Secretos de colección: Luis Piñeyro y María Pía Shaw.

Top Ten en vivo: Luis Piñeyro y Connie Ansaldi.

Convicciones: Lucho Aviles, Susana Fontana, Teto Medina, Cristina Clement, Pilar Smith.

Bendita: Beto Casella, Analía Franchín, Teto Medina, Edith Hermida, Adriana Gorosito, Rodrigo Lussich, Alejandra Maglietti.

Silvia Süller, personaje central de los chimentos

En la última década, ninguna otra figura expuso su vida privada a través de la televisión como lo hizo Silvia Süller. Ninguna como ella resultó tan funcional, y tan maleable, a los intereses y necesidades de los programas de chimentos. Y por eso tuvo tanta presencia en esos espacios. Ella fue la reina del club de la pelea en televisión.

Cuando era una jovencita, Süller se inició en el rol de secretaria de Silvio Soldán en *Grandes valores del tango*. Con el conductor se casaría en años venideros y tendría a Cristian, su segundo hijo. Antes y después de demostrar su inclinación por las declaraciones destempladas, el agravio filosófico y la réplica soez, participó de experiencias revisteriles al lado de Jorge Corona y Tristán. La vedette de espectáculos menores, entendió que todo acontecimiento de su vida privada merecía ser relatado, exhibido y plebiscitado a través de los medios. Su principal caballito de batalla fue su casamiento con el animador Silvio Soldán, su vida con él, el nacimiento del hijo de ambos, su traumático divorcio y sucesivas reconciliaciones y distancia-

mientos. En el marco de ese litigio propio de escenarios judiciales antes que de sets televisivos en donde los jueces fueron los televidentes, ella tuvo momentos estelares y de decadencia. Pero si tuvo algo parecido a una carrera, siempre fue por apariciones en cámara a través de gritos, insultos, revelaciones, desmesuras, marcada desvergüenza y agresiones dirigidas a personas en particular. Toda ocasión le fue propicia para la imputación con bajeza, la insidia generalizada y la denigración de quien tuviera más a mano. Al que fue su marido (Soldán) lo trató, alternativamente, con desprecio, con indiferencia, pero también con rigor y con odio, a la vez que lo consagraba como el amor de su vida. Ni siquiera fue piadosa cuando al animador le dictaron prisión efectiva. Otro caso resonante fue cuando embistió contra el mediático Jacobo Winograd, a quien creyó defenestrar diciendo de él públicamente que su órgano sexual era del tamaño de un chizito o cuando —filosa lengua, cabeza sin filtro— cargó contra su madre, contra su hermano, contra los jurados del programa de Tinelli, contra algunas parejas ocasionales, contra una ex pareja de su ex marido, contra su pareja de danza en el programa *Bailando por un sueño* y contra quien se le pusiera enfrente.

Estuvo centenares de veces en programas chimenteros revelando sus amoríos secretos, despotricando, contando inconveniencias diversas, de esas que no deberían contarse tan fácilmente, como el romance secreto con un periodista durante más de diez años hasta un intento de suicidio. Tampoco se la llevó de arriba, porque sus reiterados ataques fueron replicados con furia por los damnificados que la acusaron de alcohólica, drogadicta, deudora compulsiva, traidora y hasta prostituta. Pero, lo cierto, es que durante un largo tiempo, la presencia de Silvia Süller en cualquier pantalla aseguraba el alimento esencial de la TV: el rating. Sus dichos sin medida, sus dardos cargados de veneno y sus risotadas estentóreas fueron garantía de audiencia. Por eso nadie dejó de invitarla.

Algunas de sus declaraciones:

* "*Bailando por un sueño* es un programa de lo peor. Estoy muy arrepentida de haber ido, pero lo hice por plata. Me daban 15 mil pesos por cada lunes y me hacían levantar una pierna."

* "Soy uno de los personajes más queridos de la televisión. El público me ama."

* "Sí, lo hice con media Argentina."

* "Yo desnudo la hipocresía."

* "Mi familia está toda loca, menos yo. Aparezco yo y aparecen todos."

* (Dirigiéndose a Tinelli) "Marcelito..., ¿quién me mandó a mi pareja de baile? ¿Me la mandó Soldán?"

* "Salgo a matar y hago reír como un payasito. Y doy rating."

Sin ser actriz, ni modelo. Sin tener un cuerpo agraciado ni una belleza especial. Sin tener formación o condiciones especiales ni en canto ni en baile, Silvia Süller tuvo una presencia notable en la televisión de los años recientes.

LOS HECHOS DEL AÑO

Se cumplen treinta años de la muerte de Juan Domingo Perón y el Gobierno lo recuerda en un pintoresco acto que tiene lugar en el teatro Ateneo. El maestro de ceremonia es el actor Coco Sily, quien junto con su colega Daniel Aráoz, suelen animar actos masivos del naciente kirchnerismo y tendrán gran influencia en más de un programa de Canal 7.

"Perón vive y desde el comando celestial —con inspiración espiritista Sily se dirige a una platea destacada donde hay ministros y otros altos funcionarios del gobierno nacional— ve, escucha y controla todo. Él mismo nos encargó reunirlos. Ahora debe estar pasando lista".

Las ganas de volver a contar con Perón y Evita, de una manera un poco más concreta que la meramente evocativa, lleva a los organizadores de este acto y al secretario de Medios en particular, Pepe Albistur, a convocar al actor Víctor Laplace para que, una vez más, personifique al general desde una filmación que eriza la piel de los presentes.

El oficialismo también intenta tener lo más cerca posible a la actriz y cantante Nacha Guevara, militante de la primera hora, mujer de carácter si las hay y de perfiles definidamente "evitistas" y no sólo por haber representado a la "abanderada de los humildes" sobre el escenario (algo que volverá a hacer en 2008 y 2009), sino por cantar cada vez que la ocasión le es propicia el hit "No llores por mí, Argentina". En este 2004, Guevara no será todavía candidata a diputada como cinco años más tarde, pero estará a punto de arañar un cargo en el Fondo Nacional de las Artes, que en el camino se frustrará por cuestiones de presupuesto. Pero, como dice el dicho, la intención es lo que vale.' .

También hay chisporroteos político-artísticos cuando el jefe de Gabinete, Alberto Fernández, desliza algunas declaraciones desdeñosas hacia la cumbia villera y uno de los principales referentes del género, la Tota Santillán, conductor del único programa de TV consagrado a ese tipo de melodías y otras más tropicales, *Pasión de sábado*, por América, sale a cruzarlo. Se arma una polémica nacional y el mismísimo presidente de la República,

Néstor Kirchner, zanja la discusión al recibir en la Casa Rosada al voluminoso animador para tranquilizarlo con una afirmación tajante: "Yo banco la cumbia villera". No es para menos: Santillán ha puesto alegría a actos oficialistas del conurbano y atrae multitudes con sus presentaciones en vivo, aderezadas por bandas de muchachos de larguísimas cabelleras que cantan y se menean al lado de atractivas bailarinas ligeras de ropa.

Son éstos los primeros tempranos coqueteos de la era K con algunos perdidos vestigios de la farandulización de la política que habían tenido intenso lugar durante la ahora execrada era menemista, a la cual el mismo Partido Justicialista, en este momento encolumnado dócilmente detrás de Kirchner, había alimentado tan sólo una década atrás.

La polémica superada con Santillán tiene un trasfondo mucho menos frívolo y, sin duda, del todo más preocupante para el Gobierno: 2004 es un año en el que se acentúa la inseguridad en las calles y los secuestros extorsivos están a la orden del día. Los casos de Nicolás Garnil y Patricia Nine dan mucho que hablar y mantienen a la población en vilo, en tensas jornadas de espera, que los canales de noticias aprovechan al máximo. Al menos, en ambos casos, el final feliz recompensa las horas de sufrimiento.

No será el caso de Axel Blumberg, que no vivirá para contar su secuestro ya que será asesinado por sus captores. En su lugar, su padre, que se presenta como el ingeniero (años después se develará que no cuenta con ese título) Juan Carlos Blumberg, inicia una cruzada contra el delito y a favor de hacer más severo el Código Penal, un discurso que cautiva rápidamente a los medios que lo siguen por todos lados. Con su barba blanca, voz pausada y un carpetón repleto de papeles bajo su brazo, en cuya tapa se ve una gran foto de su hijo sonriente, recorre programas y noticieros y convoca a un acto en la Plaza de los Congresos, el 1º de abril, que impacta por la multitudinaria adhesión que consigue. Según algunos cálculos, convergen allí más de 150 mil personas y Blumberg sale de ese acto fortalecido. Hasta el presidente Kirchner se aviene a recibirlo en tres ocasiones, a pesar de que en su gobierno los temas de inseguridad incomodan ideológicamente y sus más altos referentes se sienten más a gusto con la constante evocación de las violaciones a los derechos humanos en tiempos de la dictadura militar. Sin embargo, Blumberg no sabrá darle consistencia en el tiempo a sus inquietudes y su futuro expectante en tal sentido se irá diluyendo.

Entretanto, los robos a mano armada y los asesinatos a mansalva preocupan a los argentinos y llenan los noticieros. El mundo tampoco se priva de sus propias violencias, en algunos casos bastante más tremendas que las nuestras, y con las que tomamos contacto por las crudas imágenes que la TV se ocupa en llevar hasta la intimidad de cada una de nuestras casas.

Poco más de un mes después de que el presidente español, José María Aznar, defendiese la avanzada bélica de su país en Irak ante el congreso de Estados Unidos, el 11 de marzo, terroristas no identificados dejan trece mochilas con bombas en cuatro trenes que se dirigen hacia la popular estación madrileña de Atocha. Allí mueren 191 personas y la TV mundial le da gran

cobertura a lo que pasa a llamarse 11-M (en alusión al 11-S, la caída de las Torres Gemelas, con el que se lo vincula). Como Aznar se apura a elucubrar en firme que el atentado es de la ETA, y eso no es cierto, pocas horas después el electorado deja al Partido Popular de lado y se inclina por el líder del PSOE, José Luis Rodríguez Zapatero, al que unge como nuevo jefe de gobierno.

Pero las sonrisas vuelven a aparecer en las caras de los españoles cuando el 22 de mayo el hijo del rey Juan Carlos, Felipe de Borbón, se casa en ceremonia transmitida a todo el mundo con la periodista televisiva Leticia Ortiz Rocasolano.

Por motivos mucho menos gratos, también Rusia llena de imágenes, con sendos atentados, los noticieros de todo el mundo: primero el 6 de febrero, cuando un ataque suicida, atribuido a los chechenos, arroja un saldo de 40 muertos y 129 heridos, y mucho peor todavía cuando la liberación de rehenes en una escuela de Beslán deja 335 muertos por el camino.

Continúan variando los aires ideológicos de América latina: un referéndum nacional otorga a Hugo Chávez un 58% de aprobación de su gobierno, lo que lo vuelve un presidente aún más poderoso. Hasta el prudente Uruguay se permite por primera vez en su historia consagrar a un presidente de izquierda, el médico Tabaré Vázquez, un moderado que asumirá su cargo el 1º de marzo del año siguiente.

Kirchner, aquí, en cambio, produce hechos de gran impacto mediático: el 9 de marzo evita que la Argentina entre en default y el 24, en coincidencia con el 28º aniversario del golpe militar de 1976, ordena que en su presencia el jefe del Ejército, Roberto Bendini, descuelgue el retrato de Jorge Rafael Videla que pende de unas de las paredes del Colegio Militar.

La hora de Los Roldan

*

Las informalidades en los horarios de comienzo y fin de los programas llegarán en este 2004 a su máximo apogeo: no sólo saldrán al aire a veces con diez, veinte o hasta más minutos de retraso al aire, sino que no pocos ciclos cambiarán imprevisiblemente su día de emisión y transitarán por la pantalla de manera inestable. Apenas un gerente de programación se siente amenazado por su principal competidor, comienzan las maniobras estratégicas para apurar, retomar o postergar un estreno. El público es el principal rehén, obligado a estar pendiente de estos insólitos caprichos para no perderse su programa favorito, incluso ahora también se lo obligará a trasnochar. Cada estreno es un secreto militar que los principales canales a veces esconden hasta el último minuto.

También se rompen las frecuencias de las tiras que ya no son de "lunes a viernes", sino de "lunes a jueves" o de "martes a viernes". Los programas ya no empiezan a ninguna hora determinada sino "al término de..." Los noticieros de la primera hora de la noche comienzan a ser estirados como acordeones horarios que se contraen o se expanden según las necesidades que

les van bajando de programación. Una locura total que fatiga por igual a los televidentes e histeriza a quienes trabajan dentro de la TV.

Así todo, 2004 se torna un año importante para la ficción con una multiplicidad de propuestas para todos los gustos, aunque con una en especial que desde su inicio se convierte en el gran boom de la temporada, avalada por insólitos récords de audiencia. Se trata de *Los Roldan*, una telecomedia familiar en tira, pero con importantes peculiaridades que conviene destacar: la produce Ideas del Sur (Marcelo Tinelli) y quien se pone al frente del operativo es Sebastián Ortega.

Deviene del género que históricamente siempre más ha gustado a los televidentes (la telecomedia), pero que aquí llega con yapa: 1) da una interesante vuelta de tuerca al costumbrismo que en la materia venía trabajando desde varias temporadas atrás Pol-ka y lo convierte en un grotesco aligerado y no tan rispido, y 2) la TV argentina se atreve, por primera vez, no sólo a darle un protagónico al más conocido de los travestis (Florencia de la V), sino que en *Los Roldan* su personaje, Laisa, no pierde esa identidad sexual.

El más colosal éxito del año tiene libros de Adriana Lorenzón y Mario Schjris. Tras terminar *Son amores*, Miguel Ángel Rodríguez se había ido de Canal 13 para firmar contrato con Ideas del Sur y Telefe con la idea de protagonizar *Los Roldan*, algo así como el regreso a las fuentes ya que en *VideoMatch* Rodríguez había hecho muy logradas imitaciones.

Aquí será Adalberto "Tito" Roldan, un repartidor de fruta del mercado central, viudo con cuatro hijos (Facundo Espinosa, Lola Berthet, Jimena Barrón y Facundo Aguilar), una hermana/o (Florencia de la V, quien recobra fugazmente su apariencia de muchacho cuando llega imprevistamente su madre, interpretada por María Rosa Fugazot, que no está al tanto de su conversión en mujercita) y una cuñada, "la Yoli" (Claribel Medina), que está enamorada de él. La vida de esta familia humilde y trabajadora pega un gran vuelco el día en que Roldan convence a la empresaria Mercedes Lozada (China Zorrilla) de que no se suicide. Ésta, en prueba de agradecimiento, lo elige para que se haga cargo de su empresa. Así se trasladarán de La Paternal a la mansión, en Barrio Norte, de la generosa empresaria.

A partir de allí se generará un contrapunto constante, social y empresario, entre Tito y Emilio Uriarte (Gabriel Goity), el hombre al que Roldan le acaba de arrebatar la distinción de comandar la compañía y, para colmo, vecino, ya que sus casas están una al lado de la otra. Aunque las cosas no son tan sencillas porque, a su vez, Emilio queda prendado de Laisa, aun cuando está casado y tiene una familia paquetísima. Andrea Bonelli hace una composición desopilante de su esposa, Chichita Venegas de Uriarte, siempre dedicada a su perra Violet y a su programa de cable *Chichita de casa*, que farfulla palabras en francés y que se deja asistir y aconsejar por su delirante mucama, Dulcinea (Mariana Prommel), en tanto que Tomás Eonzi es Facundo, el hijo único de Emilio y Chichita. Muchas escenas, especialmente las discusiones frente a frente de Roldan y Uriarte granándose se parecen a un cómic e, incluso, algunas escenas se cierran con un redondel que se achica hasta desaparecer como en un dibujo animado.

Los Roldan viene a confirmar algo que ya estaba ocurriendo hace rato en la pequeña pantalla: prácticamente desde fines de los años ochenta no se veían en la TV familias tipo (papá, mamá e hijos). En su lugar habían aparecido todo tipo de combinaciones: viudos, abuelos, huérfanos, cuñados, parejas unisex, amantes, divorciados y okupas. Los grupos heterodoxos y ensamblados mandan tanto en las ficciones locales como en las que vienen del exterior. Con el aval multitudinario que recibe *Los Roldan*, queda demostrado que el público soporta bien la innovación más audaz en la materia y disfruta de los equívocos que provoca la fuerte atracción entre el personaje de Goity y Florencia de la V (Laisa), lo más atrevido que hasta ahora se había visto en el central horario de las 21.

Apuntalan en papeles secundarios Luciano Castro, Andrea Frigerio, Sofía Castiglione, Coco Sily, Campi, Ingrid Grudke y Gastón Ricaud, entre otros, y recibe cantidad de participaciones especiales por parte de otras conocidas figuras. El gran impacto trasciende las fronteras y logra versiones propias en Colombia (*Los Reyes*), México (*Los Sánchez*) y Chile (*Fortunato*).

Pero si Tinelli tiene grandes satisfacciones con *Los Roldan*, en cambio con *Sangre fría* gasta demasiado (elenco numeroso y locaciones en Villa La Angostura) y cosecha poco. La miniserie de terror está protagonizada por Mariano Martínez, Dolores Fonzi, Nicolás Pauls, Juana Viale, Alejo Ortiz, Marina Glezer, Lucas Crespi, Alejandro Fiore, Martín Adjemián y Mimí Ardú. La revista *Rolling Stone* (1/10/04) apunta que "la nueva apuesta, de Ideas del Sur intenta ser una especie de *Blair Witch* y termina naufragando entre clichés".

Mientras a la TV argentina no le sale bien el género de terror, el 15 de mayo muere, a los 91 años, un actor verdaderamente de raza en ese *métier*, que llenó de misterio y de terror la infancia de muchos de nosotros, el gran Narciso Ibáñez Menta.

Padre Coraje y otras audacias

Más audaz y experimental aun resulta la versión "cartonera" de *Los simuladores* que Telefe pone en el aire. Detrás de la novedad están los geniecillos de la publicidad, Carlos Baccetti y Ramiro Águila (este último, para colmo, se da el gusto de cantarrear el tema musical que sirve de apertura). La muy bizarra *Mosca* y *Smith* no sólo remite a que los dos atolondrados agentes de investigación, que personifican Pablo Rago y Fabián Vena (levemente inspirados en la serie setentista *Starsky & Hutch*) investigan delitos en el barrio de Once' sino que juega con la vieja denominación de Telefe (Canal 11 o Teleonce). Detrás de cámaras está el talentoso Diego Kaplan (*Son o se hacen, Dráculá*) y el arranque no puede ser más auspicioso: 31,1 puntos.

Telefe dispara en varias direcciones y le va bien, incluso con este tiro que podía haberle salido por la culata y que, sin embargo, funciona de maravillas.

En materia de rarezas temáticas también *Padre Coraje* pone lo suyo por

Canal 13. La novela de Pol-ka, escrita por Marcos Carnevale y Marcela Guerty, tiene una poderosa delantera en Facundo Arana (un bandolero acusado de un crimen que no cometió, que se refugia en el pueblo de La Cruz haciéndose pasar por un cura y que, cual si fuese el Zorro, por momentos aparece con la mitad superior de su rostro cubierta por una capucha de fraile para hacer justicia por mano propia); Nora Cárpena, Nancy Dupláa y Carina Zampini (respectivamente una viuda, cuyo esposo ha sido asesinado, y sus dos hijas, una de buen corazón y la otra, que Dios te ampare); Raúl Rizzo (el corrupto y perverso intendente del pueblo y gran comandador de una logia secreta); Leonor Benedetto (la mujer más poderosa del pueblo), más una variada gama de figuras que incluyen a Javier Lombardo, Eugenia Tobal, Federico Olivera, Melina Petriella, Luis Machin, Erika Wallner, Matías Santojanni, Mercedes Funes y Julia Calvo, entre otros.

Ambientada en los años 50, la novela apela, de tanto en tanto, a recibir visitas ilustres de personajes reales de aquella época como el boxeador José María Gatica, un joven Ernesto Guevara, Tita Merello, Alberto Castillo y hasta los mismísimos Eva Perón (Ximena Fassi) y Juan Perón (una vez más, Víctor Laplace, que ya lo había encarnado en la película *Eva Perón*, con Esther Goris, y en la obra de teatro *Borges y Perón*, de Enrique Estrázulas, junto a Duilio Marzio). En la novela nocturna del 13, Laplace/Perón permanece una noche escondido en la sacristía y otorga subsidios para las víctimas de una peste que cae sobre el pueblo de La Cruz. No es la única rareza: en *Padre Coraje* hay sucesos misteriosos y paranormales que sazonan aún más la trama y que estarán presentes hasta el insólito desenlace, en el que Coraje penderá de una cruz como el mismísimo Jesucristo.

Pero no todo sale a pedir de boca de los programadores: Villarruel crea Telefe Contenidos y uno de los programas en que deposita más expectativas es *El deseo*, una apuesta supuestamente ganada de antemano si se tiene en cuenta que su protagonista, Natalia Oreiro, tiene un romance permanente y apasionado con el rating, cualquiera sea el proyecto que encabece. Además, como si eso fuese poco, la gente de Telefe viene muy envalentada con el exitazo de *Resistiré* y por eso ahora insistirán con una trama igualmente misteriosa y escrita por los mismos autores (Gustavo Belatti y Mario Segade): *El deseo* es el nombre de un pueblito que cuenta con aguas termales terapéuticas.

Todo gira en torno de un spa y hotel que regentean Dalmiro Bernal (Daniel Fanego) y su mujer Mercedes (Soledad Süveyra). La madre de ésta, Luisa (Susana Campos) es la que sabe fehacientemente qué cosa oprobiosa del pasado esconde un inquietante pantano aledaño. Hasta ahí llegan Carmen (Natalia Oreiro) y Javier (Daniel Kuzniecka) y se desatan tantas situaciones superpuestas y retorcidas que la audiencia se impacienta y pierde rápido el interés.

Aparte de los actores nombrados, hay otros nombres muy convocantes como los de Claudio Quinteros, Luis Luque, Alicia Bruzzo, Jorge Suárez, Mariano Torres, Mauricio Navarro, Vera Carnevale, Erica Rivas, Mónica Scapparoni, Claudio Rissi y Carlos Kaspar.

Oreiro, que compone a una artista circense, se había preparado concienzudamente para hacer acrobacias aéreas con telas y cintas, incluso entona el tema musical de apertura ("Light My Fire"). Tan de cabeza se había metido en el proyecto, que comienza a tambalear apenas los números declinan. A Telefe no le temblará el pulso cuando el rating afloje (arranca con más que auspiciosos 27,1 puntos que se desinflan rápidamente) para esmerilar la tira diaria hasta convertirla directamente en un envío semanal. Logrará, de todos modos, mantenerse en el aire entre abril y septiembre a ID largo de 68 capítulos.

A Suar no le alcanza

Pol-ka cumple diez años, pero tampoco tiene un 2004 fácil, tanto es así que en algún momento empieza a correr el rumor de que Adrián Suar podría dejar de ser el mayor referente de programación del 13 para ser reemplazado por Gustavo Yankelevich, algo que éste rápidamente desmiente.

No le va mal y gana prestigio con su unitario *Locas de amor*, en el que Leticia Bredice (Simona, bipolar), Julieta Díaz (Juana, obsesiva compulsiva) y Soledad Villamil (María Eva, que sufre ataques de delirios místicos) componen a tres pacientes psiquiátricas en proceso de recuperación. A cargo de la difícil misión, un psiquiatra (Diego Peretti es el doctor Martín Uribelarrea) irá guiando sus avances y retrocesos en esta sensible historia escrita por Suzana Cardozo y dirigida por Luis y Daniel Barone.

Y *Sin código*, una miniserie de acción y suspenso que escriben los mellizos Walter y Marcelo Slavich, también le da alegrías, pero por muy poco tiempo ya que sólo ocupa la pantalla durante cuatro miércoles. En este programa Suar vuelve a poner el cuerpo como actor, acompañado por Nicolás Cabré, Antonio Grimau, Walter Quiroz, Karina Mazzocco y Jessica Bacher. Grabado en Hi Definition, tiene muy buena recepción tanto de la crítica como del público. Salvo por el detalle de que Suar canturrea "Noelia", de Niño Bravo, frente a cámara, esta primera y fugaz época de *Sin código* es más bien seria. Sufrirá grandes transformaciones cuando imprevistamente vuelva reconvertida en tira risueña en el segundo semestre de 2005.

El problema grave que Suar tiene en la presente temporada es que no le pega en la tecla con las tiras diarias con la suficiente intensidad como para neutralizar al vendaval Roldan. El programa de Telefe es tal aspiradora de espectadores que se le ralea la masa de seguidores de sus propuestas costumbristas, ahora superadas por el grotesco del tándem Tinelli-Ortega. Así, el 13 sufre sucesivamente primero con *Pensionados* y después con *Los secretos de papá*.

La primera tira comienza en febrero, en reemplazo de *Son amores* y escribe sus guiones Marcela Citterio y Leandro Calderone. La acción transcurre en "La Argentina", la pensión de Tony (Damián De Santo), su hermana Violeta (Verónica-Lozano) y su tía Catalina (Patricia Palmer).

El elenco es demasiado numeroso y las energías se dispersan, hay ar-

tistas conocidos en el elenco, pero ninguno lo suficientemente convocante como para hacer tambalear al gigante de la competencia, *Los Roldan*. Por lógica, pierde por goleada contra el tanque de Telefe que marca holgadamente por encima de los 30 puntos.

Aparte de las figuras mencionadas, actúan en *Pensionados* Cecilia Dopazo, Laura Oliva, Marcela Kloosterboer, Guido Kaczka, Daniel Aráoz, Carla Peterson, el cantante Luciano Pereyra (en su debut televisivo como actor), Agustina Cherri, Walter Quiroz, Nicolás Vázquez, Catarina Spinetta, Sabrina Carballo, Alejo Ortiz, Sebastián Pajoni, Pablo Alarcón y Luisana Lopilato (en su primer trabajo, tras independizarse de la férrea tutela de Cris Morena). En abril, para intentar levantar el rating, incluyen a Guillermo Francella en el elenco. Termina a principios de agosto, sin pena ni gloria, y Adrián Suar debe adelantar un proyecto que tenía para más adelante: *Los secretos de papá*. Siente la presión muy fuerte de que esta vez no puede fallar. Y teme la contraofensiva de la competencia, que no tarda en llegar.

Los Roldan refuerza su artillería para recibir al nuevo programa, y a causa de una lesión en la rodilla, real o inventada, de Dady Brieva, el protagonista de *Los secretos de papá*, Suar resuelve postergar 48 horas el estreno de la nueva tira. Los programas de chimentos se excitan y Sebastián Ortega, desde Ideas del Sur se encoleriza y califica a Suar de ser "un cagón". Estalla el escándalo.

Finalmente, dos días después arranca *Los secretos de papá*, una comedia que cuenta la historia de Rubén Jilguero (Brieva) un actor desocupado que lleva adelante cámaras ocultas para un programa de televisión que intenta poner al descubierto casos oscuros. Cuando comienza la historia, se hace pasar por gay para introducirse en una casa de pastas y comprobar si allí se registra un caso de discriminación.

Ahí Rubén se gana la confianza y se convierte en confidente de Eugenia (Romina Gaetani), nuera del propietario, Antonio (Alberto Martín) y esposa de Tony (Federico D'Elía), con el que no se lleva bien.

Los equívocos están a la orden del día y mucho más cuando hace su entrada en escena su hija, fruto de una relación furtiva (Luisana Lopilato).

En el elenco también se destacan Betiana Blum, Osvaldo Santoro, Rita Córtese, Diego Díaz, Judith Gabbani, Sergio Gonal, Mariana Briski, Patricia Viggiano y Carlos Moreno.

Por cierto, la historia de Ricardo Rodríguez y Ernesto Korovsky se defiende mucho mejor que *Pensionados* en su desigual competencia con *Los Roldan* pero, de todos modos, no logra hacerle sombra.

A Floricienta no la para nadie

Al menos, Cris Morena le da a Suar un buen respiro por la tarde con *Floricienta*, que le pasa el trapo fácilmente y deja atrás a *Frecuencia 04*, que Telefe pretende oponerle en su franja.

Floricienta se convierte en un rotundo éxito infanto-juvenil que se extenderá a lo largo de 361 capítulos durante ésta y la siguiente temporada. El matrimonio compuesto por Cris Morena y Gustavo Yankelevich se había disuelto, y cada uno había tomado también su propio rumbo profesional. Sin embargo, aquí sus caminos televisivos vuelven a converger, potenciando la sinergia de ambas productoras (Cris Morena Group y RGB) en tal sentido.

Hay mucha purpurina, tules, magia, canciones y personajes malos como de cuentos porque *Floricienta*, de alguna manera, evoca desde su propio título a *Cenicienta*, cuento de hadas, entrecruzado con algo de *La novicia rebelde*, por lo cantora que es su protagonista y porque, además, cuidará a chicos huérfanos de ascendencia alemana, de los que se hace cargo el hermano mayor, Federico Fritzenwalden (Juan Gil Navarro), que está de novio con la pérfida Delfina (Isabel Macedo), pero que no podrá evitar enamorarse de la recién llegada, Florencia Fazzarino (Florencia Bertotti). Escriben los libros Patricia Maldonado, Gabriela Fiore y Solange Keoleyan. Y completan el elenco Henny Trayles, Benjamín Rojas, Hilda Bernard, Alberto Anchart, Esteban Pérez, Laura Azcurra, Alejo García Pintos, Mirta Wons, Esteban Prol, Brenda Gandini, Zulma Faiad y Camila Bordonaba.

Tiene tal impacto sostenido en la audiencia (su rating promedio anual es de 17,4 puntos) que el programa generará merchandising de todo tipo, seis discos (varios de ellos número uno en ventas), dos DVD, infinidad de giras nacionales e internacionales, el teatro Gran Rex repleto durante varios fines de semana y desbordado en las vacaciones de invierno, emisión de la tira por Disney Channel y nuevas versiones del programa en más de una docena de países.

El final de la primera temporada será de lo más insólito: Federico muere en un accidente, pero gracias a la intervención de Dios (participación especial en tan celestial papel de nada menos que... ¡Mario Pergolini!) su espíritu pasa fugazmente al del conde Máximo (Fabio Di Tomasso) en medio de un delirante baño de espuma compartido con Floricienta. Luego se marcha al cielo tranquilo ya que su amada y sus hermanitos quedan a buen resguardo.

Frente a la tromba *Floricienta*, *Frecuencia 04*, además de sus propias debilidades, languidece rápidamente y sus 120 capítulos apenas logran un rating anual de 10,3 puntos. En el elenco hay 22 jóvenes que no sólo tienen inquietudes musicales, también hacen surf y skate, aunque, si hace falta, se ponen serios y hasta reciben a la presidenta de Abuelas de Plaza de Mayo, Estela de Carlotto. Escribe Claudio Lacelli y dirige José Luis Massa. Entre los más conocidos están Ludovico Di Santo y Juana Repetto.

En el campo de la ficción, la mayor alegría de Claudio Villarruel se llama *La niñera*, una feliz adaptación de la sitcom norteamericana *The nanny* que instala definitivamente a Florencia Peña como una verdadera estrella de las telecomedias. Naturalmente acriollada al gusto local, aquí su personaje es Flor Finckel y es de Lanús. La acompañan Boy Olmi, Roberto Carnaghi, Carola Reyna, Mirta Busnelli, Agustina Córdova, Malena Luchetti, Mariano Colombo, Carmen Vallejos y Jorgelina Aruzzi.

Pero volviendo al 13, la tira/estís, *el heredero*, que produce Central Park (Raúl Lecouna) presenta un elenco importante (Joaquín Furriel y Malena Sóida, en los protagónicos, más Jorge Marrale, Mónica Galán, Ignacio Galdano, Emilia Mazer, Manuel Vicente, Agustina Lecouna, Carlos Portaluppi, Roly Serrano, Lidia Catalano, Diana Lamas y Lydia Lamaison) tal vez algo sobredimensionado para el rating promedio que consigue (11,5).

Con el regreso de *El mundo del espectáculo*, el 13 concita atención con varios taquilleros films como *La momia*, *El señor de los anillos*, *Moulin Rouge* y *Un lugar llamado Nothing Hill*, entre otros.

Éste es un año más que pródigo en materia de novedades en serie de la TV norteamericana: CBS se anota con *CSI: New York*; ABC, con *Desperate Housewives*; Fox, con *House* y ABC, nada menos con la serie que, de allí en más, será una verdadera sensación: *Lost*.

Ambiciosa en sus pretensiones aunque modesta en sus resultados, *Mi gorda bella*, telenovela venezolana que intenta seguir el camino de gloria de *Soy Betty*, *la fea*, no le llega ni a los talones, cuando la emite Canal 13, todos los días, a las 19.

Bajan los reality shows, pero hay más juegos

Los reality shows ya no entusiasman esta temporada y encima una de sus creaciones más notables muere casi de muerte natural: en efecto, tras haber llenado varios Gran Rex y realizado exitosas giras, las chicas de Bandana (que habían salido del reality *Popstars*) resuelven ponerle punto final al conjunto, antes de que su público siga raleando hasta extinguirse, y cada una decide emprender su propio camino.

Tras un par de temporadas donde estos formatos nos bombardearon de lo lindo ahora brillan por su ausencia, pero sí pululan los ciclos de entretenimiento, incluso alguno con disfraz de reality como *Odisea, en busca del escarabajo dorado*, en el que participan famosos en Costa Rica, y en el que Marley no sólo cumple las funciones de conductor, sino que tortura a los perdedores de algunos juegos con una prenda bastante asquerosa: degustar insectos.

Los shows, con juegos y entrevistas, parecen recobrar renovados bríos con la vuelta a la palestra de Nicolás Repetto, luego de su autoexilio sabático en España. Hay mucha expectativa que se disuelve en apenas tres meses, lapso en el cual va perdiendo recursos hasta convertirse sólo en un living con invitados. Lo acompaña Carolina "Pampita" Ardohain, que se le anima a unos musicales un tanto olvidables (ya se desquitará con mayor estilo y destreza como ganadora del *Bailando por un sueño* de 2008) y también participan los hermanos Korol.

Al menos dura un poco más que *Uno contra todos*, el debut de Alfredo Casero como conductor de otro ciclo de entretenimientos al estilo *Trato hecho* que sólo permanece en el aire durante quince emisiones.

En cambio, Monchi Balestra se defiende con su diario *100 argentinos dicen*, en la sobremesa del almuerzo haciendo competir a dos familias.

Si el 13 se pone lúdico, el 9 no quiere ser menos y apuesta a hacer de su chimentera Viviana Canosa una Susana Giménez con show de entretenimientos propio. El nombre suena anticipatorio de los malos resultados que conseguirá. Se denomina *¿No será mucho?* y pretende hacer un buen papel de lunes a viernes, a las 20. Pero debuta el 8 de marzo y entrega su alma, demasiado pronto, a Dios el 21 de abril.

Crece el chimenterío

La TV chimentera, mientras tanto, crece robusta, dispuesta a llevarse por delante todo lo que sea y contaminando programas periodísticos supuestamente serios con tal de llenar la pantalla de pequeños, medianos o gigantescos escándalos reales o inventados con los llamados "mediáticos", como Giselle Rimólo o Pipo Cipolatti. ¿Por qué? Básicamente por dos razones: 1) resulta de producción más que barata reunir en estudio a parlotear sobre lo primero que les venga a la cabeza a un grupo de panelistas, y 2) porque en el arranque de la era kirchnerista con todos los índices económicos a favor y poca conflictividad política y social, la TV se siente aún más habilitada para zambullirse en aguas distractivas. Sólo que éstas, de a poco, pierden glamour y ganan en lodo. A manera de muestra, vayan estos nombres:

En *Los intocables del espectáculo* (América), el que se tira a estas pestilentes aguas es Horacio Cabak que, aun así, procurará mantenerse atildado, en tanto cede con gusto las maldades a sus panelistas Beto Casella, Luis Ventura, Marcela Tauro, Daniel Gómez Rinaldi y Luis Piñeyro.

En *Contalo, contalo* (Canal 9), Carlos Monti cambia a Susana Roccasalvo por Ginette Reynal y se hace rodear por Bárbara Arroyo, Augusto Taruffo li y Rodrigo Lussich.

Gerardo Rozín hace interrogatorios atrevidos en *La pregunta animal*, también en el 9, y luego Sebastián y Alejandro Borensztein (BB/TV) producen *Medianoche de un día agitado*, otro ciclo con invitados conducido por el mismo Rozín.

El 13, en general muy pudoroso en este tipo de barriales, suma *Hechiceras del espectáculo*, que comparten Catalina Dlugi, Gisela Marziotta, Marcela Coronel y Marina Calabro.

Y en las dos ediciones de *El diario de la tarde* (América), Mauro Viale mezcla actualidad y frivolidades como él sólo sabe hacerlo, como, por ejemplo, cubrir a Rocío Marengo cuando se sube al tren blanco de los cartoneros o cuando un grupo de piqueteros llegan hasta las Torres Le Pare, donde viven Marcelo Tinelli y el propio Mauro Viale.

El ojo crítico (Canal 13), conducido por Mariana Fabbiani y Luis Rubio, y muy parecido al viejo *PNP*, es una avanzada de los programas que viven clonando a otros y que en la búsqueda de materiales de impacto potencian especialmente a los periféricos programas chimenteros que, gracias a estas reproducciones, comenzarán a volverse más y más importantes.

Polémicas y tristezas en el periodismo

Sin embargo, los dos hechos que más cola traen en la materia provendrán de personajes y espacios impensados, pero que terminarán fogueando a los ciclos chimenteros de manera colosal: el 4 de marzo, la increíble muerte de Juan Castro, y en octubre, la sórdida investigación de *Puntodoc*. sobre un cirujano plástico que opera a menores y que intima con un travestí.

Juan Castro había construido un interesante perfil de conductor "fashion inteligente" (algo aparentemente contradictorio, pero que a Juan le salía: poder mostrarse liviano, y a la vez presentar temas más comprometidos sin perder esa levedad) y el ciclo que venía animando, *Kaos en la ciudad*, rankeaba cada vez mejor entre los preferidos del público de Canal 13. Tenía todo para ganar, salvo que sus frecuentes recaídas en la adicción de drogas lo volvían inestable y ya los tratamientos e internaciones periódicas que tenía no resultaban eficaces ni suficientes.

La tragedia se desencadena cuando Juan cae o se arroja desde el balcón de su departamento y, tras un par de días en coma, muere. La noticia causa asombro y consternación, y multiplica espacios televisivos dispuestos a hacer conjeturas de todo tipo sobre las verdaderas causas de tan horrible desenlace. Las promociones de una nueva temporada de *Kaos en la ciudad* ya estaban en el aire, cuando sucede lo peor. Las conjeturas más alocadas saltan a los programas de chimentos. La TV levanta temperatura entre el dolor de sus compañeros y las acusaciones cruzadas que buscan responsables del mal final de Juan.

La policía allana la productora y se lleva la computadora del conductor. Comienza un largo proceso legal, que durará varios años, con distintos juicios que involucrarán a los médicos que lo atendieron, su psiquiatra, su pareja Luis Pavesio y hasta será condenado Luis Ventura, de *Intrusos*, por violación de mails.

El otro episodio resulta menos dramático, pero es más sórdido: el programa *Puntodoc*. (América) lleva adelante una cámara oculta contra un cirujano plástico, con la intención de demostrar que opera en un consultorio clandestino. El profesional queda literalmente incinerado cuando la cámara oculta lo muestra ofreciéndole a un travestí una rebaja en la operación a cambio de favores sexuales. Una carta documento llega a tiempo para impedir que se divulgue el nombre del médico pero, insólitamente, éste (el doctor Alberto Ferriols) aparece en el programa siguiente (*Intrusos en la noche*, versión más hot del ciclo siestero) junto a su famosa esposa (Beatriz Salomón) tratando de explicar lo inexplicable. Este episodio, que abre un intenso debate sobre hasta dónde un programa tiene derecho a meterse en la intimidad de una persona, detona el alejamiento de Daniel Tognetti, tanto de la conducción del programa como de la productora de éste, Cuatro Cabezas.

Dentro de este panorama, sobresale otra nota triste: el 23 de noviem-

bre, después de mucho batallar contra el cáncer, muere Adolfo Castelo, figura clave de ciclos televisivos como *Semanario insólito* y *La noticia rebelde*, imprescindible partenaire de Alejandro Dolina y Jorge Lanata, y factótum de la revista *TXT* y de su ciclo radial *Mira lo que te digo*.

¿La pelea más sonada entre periodistas?: Jorge Lanata y Luis Majul se lanzan acusaciones y reproches frente a los micrófonos y las cámaras que registran la fiesta del Martín Fierro. Al recibir su estatuilla por mejor labor periodística, Lanata canaliza su bronca mediante un discurso bien cargado: "Ellos creen que es mejor entrevistar a la vedette que se cayó del balcón y tener las tandas tapadas de publicidad oficial. Está bien, son elecciones. Dedico este premio a los que nos forrearon, a los que nos mintieron y a los que lograron que este año no estuviéramos al aire. Ellos ya saben quiénes son".

Majul recoge el guante desde la sala de prensa levantada por la gente de APTRA: "Lanata dice muchas boludeces y antes de hablar tendría que explicar por qué Fernando de Santibañes, jefe de la SIDE, bancaba su sitio de Internet Data 54. Y además, cuando yo era columnista de *Día D*, un funcionario del gobierno pidió mi cabeza y él se la entregó en bandeja".

No son los únicos enojados: los representantes de Endemol se van indignados, a mitad de la ceremonia, después de que *Kaos en la ciudad* perdiera frente a *Ser urbano* ya que Juan Castro no recibiría (post mórtem) el Martín Fierro de oro, como se había rumoreado.

Los periodísticos de investigación, con temáticas duras alternadas con notas de color jugadas y atrevidas, florecen en la grilla de 2004. El que tendrá mayor continuidad a través del tiempo y probará su fortaleza aun convirtiéndose en un comodín que se paseará por días y horarios bien diversos, es el crispado docurreality de Endemol, *Policía bonaerense* (Canal 13) que comenzó siendo tan sólo un informe de *Kaos en la ciudad* para luego independizarse y convertirse en un programa en sí mismo que, más adelante, mutará su nombre a *Policías en acción*. Procedimientos, grescas; heridos en guardias de hospitales y otras escenas tensas son la materia prima que se muestra en ágiles ediciones.

En la misma dirección funcionan *Código Penal* (América), conducido por Rolando Grana, y *30 segundos*, otro docurreality producido por Cuatro Cabezas sobre la electrizante tarea de los bomberos voluntarios.

Mónica Cahen D' Anvers y César Mascetti, desplazados el año anterior de la conducción de *Telenoche* por María Laura Santillán y Santo Biasatti, se dan el lujo de ganarles a sus reemplazantes desde los trece programas semanales de *Telenoche especial* (16,7 puntos contra 15,6 del noticiero diario), una serie de 13 capítulos en los que los periodistas apuestan a contar historias diferentes, por medio de grandes producciones que no reparan en gastos, como los argentinos que emigraron a China o el viaje de Mónica a Jordania para entrevistar al ex marido de Gabriela Arias Urriburu.

La otra gran novedad, a manera de magazine periodístico más moderno y relajado, es *Argentinos somos como somos* (Canal 13), conducido por Andy Kusnetzoff, con Gabriel Schultz, Dr. Manix y Cayetano como colum-

nistas y producido por la inusual fusión entre RGB y PPT, las empresas de Gustavo Yankelevich y Diego Gvirtz, respectivamente. Su objetivo es dilucidar la esencia nacional con notas en la calle, en el interior del país y hasta en el exterior.

La buena performance de *Misterios y milagros*, con Víctor Sueiro, que atraviesa su segunda y última temporada, anima a Patricia Miccio a aportar una temática bastante parecida desde *Todos santos*, por Canal 9.

Graciosos y actores que quieren conducir

Los ex Tinelli's boy Pacho Peña, Pablo Granados y Freddy Villarreal parecen consolidarse en la pantalla de Canal 9, tras haberse liberado del yugo de Gerardo Sofovich. Además de las ocurrencias propias que aportan, hay una batería de libretistas escribiéndoles sketches que interpretan junto a algunas chicas más que llamativas (Julieta Prandi, Soledad Fandiño, Mariana de Meló y Analía Franchín) y una actriz casi centenaria del viejo cine argentino: Amelia Bence. Se los ve cómodos y logran un estimable rating anual (10,6 puntos).

En cambio, otro "exTinelli", Toti Ciliberto, alcanza un protagónico, pero bajo la mirada atenta (y férrea) de Sofovich en el enésimo reciclado de uno de sus clásicos de toda la vida, *La Peluquería*, que en esta temporada celebra nada menos que su 40° aniversario.

Además del inamovible Rolo Puente, más Gino Renni, Sofovich usa según su costumbre a muchas chicas monas como adorno (Pamela David, Silvina Luna y "Las Pacotillas", que responden a Gabriel "Pacotillo" Almirón). Y el propio Sofovich preside la mesa de *Polémica en el bar*, rodeado de Luis Pedro Toni, Chiche Gelblung y Baby Etchecopar, con incursiones de Osear González Oro, Cacho Castaña, y paseando sus cuerpiños Nora Pórtela y Natalia Fassi.

En su primer y completo anuario que este año publica Televisión, com. ar, se consigna el "boom gay" como una de las características más marcadas de la temporada 2004. Gracias al personaje de marica desenfadado que venía haciendo en *Kaos en la ciudad*, Ronnie Arias accede a conducir su primer ciclo propio. Se llama *Mentíme que me gusta*, dura apenas los dos primeros meses del año y los participantes deben contar una historia tratando de convencer al público de que es verdadera.

También la temática gay termina colándose en gran cantidad de otros programas, como *Los Roldan*, *Pensionados*, *No hay 2 sin 3*, *La peluquería*, *Locas de amor*, *Padre Coraje* y *Los secretos de papá*.

Por si no bastaran todas las ficciones mencionadas, en 2004 una lluvia de estrellas se abalanzan sobre magazines y se calzan el traje de conductores. Compiten con periodistas y locutores y le pierden el miedo a la animación de programas. Varios la prueban con distintos resultados: además de Alfredo Casero en *Uno contra todos*; Millie Stegman hace *Las Milliey una*; Coco Sily y Daniel Aráoz son la cara de *Compartiotas*; Fernando Lupiz es

el héroe enmascarado de *El club del Zorro*; Gastón Pauls sigue con *Ser urbano*; María Valenzuela, al frente de *Fulanás*, apunta a captar a mujeres independientes y Andrea Polítti, a partir de *12 corazones*, será la figura que en los años siguientes más persistirá en mantenerse firme en estas lides conduciendo diversos envíos de Canal 13. En *Chicas Express*, el magazine femenino de Canal 9, aparte de Verónica Varano, es de la partida una de las "chancles" de *Grande, pa*, Julieta Fazzari.

La conducción compartida también se da en *Historias de la tarde* el periodístico que conducen Mercedes Martí, Nora Briozzo y Fabiana Araujo, junto a cinco columnistas especializadas.

Líos adentro del 7

Canal 7, por su poca o nula repercusión en el rating podría ser, al menos, un lugar de relativa calma interna que no irradie mayores noticias negativas hacia fuera. Sin embargo, no sucede ni lo uno ni lo otro. De puertas para adentro hay una desgastante competencia entre el director de Ficción y Entretenimientos, Leonardo Bechini, y la directora de Noticias y No Ficción, Ana de Skalon. En sus respectivas áreas se producirán noticias que trascenderán las paredes de la planta de Figueroa Alcorta y Tagle, que ocasionarán malestar. No cae nada bien el intento por borrar de la grilla oficial los programas culturales, *Los siete locos*, conducido por Cristina Mucci, y *El refugio de la cultura*, que anima Osvaldo Quiroga. El rechazo del ámbito intelectual se vuelve tan generalizado que debe intervenir el jefe de Gabinete, Alberto Fernández, para dejar, finalmente, las cosas como están. Tampoco gusta que una hija de Bechini pueda convertirse en una de las conductoras de un ciclo infantil e irrita que la emisora estatal sea de las pocas señales que no trasmite en vivo el multitudinario acto en Congreso en repudio de la inseguridad convocado por Blumberg. En cambio, se interrumpe cualquier programa para emitir la palabra presidencial, y hay un espacio semanal, *Música en el Salón Blanco*, donde tocan los artistas allegados al poder y se emiten infinidad de películas y documentales relacionados con la temática de los derechos humanos que el Gobierno utiliza como permanente caballito de batalla.

¿Cuáles son los programas que mejor funcionan en el *11: 30 y pico*, un musical conducido por Miguel Habud y Manuela Bravo (promedio anual: 4,9 puntos, mucho más arriba de la exigua media de esa emisora) y *Folclorísimo*, que conduce Carlos Giachetti (4,6 puntos anuales). Los festivales y las fiestas regionales siempre despiertan alguna curiosidad en su programación de verano.

El ciclo más ambicioso es de ficción, se llama *De la cama al living* y es un unitario por el que pasa buena parte de la colonia artística. También *Historias de terror*, doce unitarios producidos conjuntamente por el INCAA y Canal 7, con figuras rotativas, es un gran esfuerzo con poca repercusión (sólo 1 punto de rating, promedio anual).

También se retoman las grabaciones de *Un cortado, historias de café* y hasta hay una comedia dominguera, *Los de la esquina*, con Rodolfo Ranni, Víctor Laplace, Emilio Disi y Georgina Barbarossa, esta última protagonista de una batahola porque cobra una fortuna para hacer un magazine diario (*Las cosas de Georgina*).

El sorpresón de Tinelli

¿Y qué hay de las grandes figuras?: *CQC* sigue su curso, con Mario Pergolini a la cabeza; Susana Giménez, después de unas vacaciones en Machu Picchu, abre su programa con Julio Iglesias, y *Mirtha de noche* muestra a una Chiquita Legrand sin almuerzos y desvelada, con entrevistas nocturnas que sólo duran lo que el verano, ya que en marzo, vuelve con su espacio tradicional del mediodía.

Marcelo Tinelli retoma este año su rendidor show bien tarde, el 26 de julio. Iba a ir los sábados para hacerle frente al nuevo programa de Nicolás Repetto pero, dado el bajo rendimiento de *El deseo* y la consecuente necesidad de levantar el prime time de la franja de las 22:30, que gana *Padre Coraje*, se resuelve mandarlo a los lunes por la noche. El día de su regreso, Canal 13 levanta *Padre Coraje* y, en su lugar, programa el film *Gladiator*, la superproducción hollywoodense. La temporada n° 15 de *VideoMatch* empieza sin mayores cambios.

Durante el año, Tinelli y su entorno serán noticia por distintas razones: en primer lugar por la ya mencionada extraordinaria repercusión obtenida por *Los Roldan*, que lleva adelante su factoría y que amortigua la mediana performance de *Sangre fría*.

En lo personal, su mujer, Paula Robles, se accidenta ensayando una obra de teatro con coreografía aérea y cae desde cuatro metros de altura; y en cuanto a los negocios, el exitoso conductor y productor firma, además, un contrato con Televisa para emitir en México una nueva versión del tramo *El peor día de tu vida*.

Pero nada de todo lo dicho anteriormente se equipara con la noticia bomba que comunica sobre fin de año: su pase, y el de *Los Roldan*, a Canal 9, una decisión de enorme audacia. Tinelli estaba necesitando recuperar la frecuencia diaria para su show y así recaudar más. Villarruel no lo tiene contemplado y mucho menos habilitarle más espacio y mejores condiciones para sus productos.

Es una decisión más que difícil: Tinelli es una parte constitutiva de la pantalla de Telefe que lo lanzó al estrellato catorce años atrás y lo sostuvo bien alto durante todo ese tiempo. Pero también le pesan las diferencias que viene teniendo con Villarruel y siente que ya hay cosas que no se podrán revertir.

Se juega, pues, a un triple salto mortal al cerrar un acuerdo ambicioso con Daniel Hadad que, incluso, lo habilitará a influir sobre el resto de la programación y a aspirar a lograr participación accionaria en Canal 9.

Curiosamente, la explosiva noticia del pase trasciende por declaraciones que Susana Giménez hace a una radio cordobesa cuando confiesa que, en una charla telefónica, le pidió a Tinelli que "no la dejara sola" en Telefe!

Fin de año en medio del horror

Parece que a 2004 no le queda nada más qué decir ni qué hacer. La gente apura sus compras para la mesa de fin de año, mientras que otros ya arman sus valijas para, no bien empiece enero, emprender el éxodo hacia alguna zona turística.

Pero en la penúltima noche del año muchos jóvenes se dirigen hacia una discoteca de Once para ver a la banda de rock Callejeros.

El 30 de diciembre, un incendio provocado por el uso de bengalas dentro de la discoteca República de Cromagnon mata por emanaciones tóxicas a 194 personas y deja 700 heridos. El ulular de las sirenas electriza la última madrugada del año y la televisión desplaza sus programas habituales para dar despliegue a la tragedia.

La Argentina se prepara para recibir el nuevo año en un estado de profunda tristeza.

EN FOCO

Política, televoto, elecciones, dictadura

Algún desprevenido, un chico de corta edad o un extranjero que viera la televisión argentina de mediados del 2009 podría pensar que la política argentina, aún en plena etapa electoral, es eso que quedó encerrado dentro de la casa de *Gran Cuñado*. ¿Eso es la política? ¿Caricaturas, máscaras, muñecos que evocan a los de *Canal K*? ¿Un caso de pura imitación que, en tiempos como los que corren, rinden más, en términos de rating, que los originales?

Lo cierto es que, paralelo a la sistemática y permanente devaluación de la actividad política en la vida de todos los días y en la existencia de los ciudadanos, la televisión, abierta, siempre tan sensible a esos datos de la realidad, se fue quitando de encima a los programas de información política que, tras la recuperación de la democracia, supieron abundar. La parte de información la asumieron, en grageas, los noticieros y la parte de la política (con políticos incluidos) emigró casi por completo al cable.

En junio de 2009, uno de los cinco canales de aire -América- ofrece un par de espacios semanales: *Tres poderes* (Gerardo Rozín, Maximiliano

y varios más, con una participación especial en el primer capítulo de Cecilia Roth.

Para grabar ésta y las versiones para otros países latinoamericanos, que Pol-ka toma a su cargo, se construye un barrio en San Fernando que se llama Manzanares.

La adaptación local pierde alternativamente con *Montecristo* y con *Hermanos y detectives*. Su reproducción calcada del original norteamericano le quita frescura y se extraña algún tinte localista.

Algo parecido sucede en el 13 con la ambiciosa miniserie *Vientos de agua*, de Juan José Campanella (100 Bares) y que coproducen España y la Argentina. El hecho de que Pol-ka sea uno de los productores no alcanza siquiera para que Adrián Suar la trate un poco mejor.

Antes de su estreno en la Argentina, a *Vientos de agua* le había pasado lo mismo en España, donde Telecinco la corrió a trasnochados horarios y su rating se fue a pique.

La miniserie es un verdadero lujo para esta época tan televisivamente mediocre. El guión es de Aída Bortnik, Juan José Campanella, Juan Pablo Domenech, Alejo Falah y Áurea Martínez. La esmerada fotografía pertenece a Félix Monti y Miguel Abal, y la minuciosa dirección de arte es de Mercedes Alfonsín. Con Héctor y Ernesto Alterio, Eduardo Blanco, Pablo Rago, Claudia Fontán y un gran elenco, *Vientos de agua* cuenta las historias cruzadas de un padre y un hijo: José (Ernesto Alterio), quien toma el lugar y el nombre de su hermano Andrés cuando éste muere en una explosión en la mina de carbón que sostiene al pueblo de Asturias en el que viven, en 1934, y emigra hacia la Argentina. El segundo es su hijo arquitecto, Ernesto (Eduardo Blanco), quien repetirá la historia, pero en sentido inverso, buscando huir del infierno argentino de 2001 hacia Madrid para recomenzar allí una nueva vida. El primer capítulo se emite a las 22 horas del domingo 21 de mayo, pero desde la semana siguiente al 3 de agosto su horario de comienzo se va retrasando sin sentido alguno detrás de *El gran juego*, una competencia federal con 192 participantes divididos en 24 equipos que anima Dady Brieva, con un estilo que recuerda a *Supermatch*, por los juegos acuáticos que incluye. Es una producción de Ideas del Sur que rinde menos que lo que se esperaba. En cambio las 16 emisiones de *Midachi TV*, que también produce Tinelli, funcionan muy bien y aportan audiencia alta a la noche para cerrarla primero (cuando se da los viernes, a las 22:30) o para abrirla (cuando pasa a los domingos, a las 20:45). *Fiscales, el ojo de la ley*, un muy interesante programa de Ideas del Sur, conducido por María Laura Santillán sobre el accionar de los fiscales en casos resonantes, también se resiente cuando su horario de emisión a veces se retrasa más de la cuenta por culpa de... Marcelo Tinelli, su productor, que se va estirando en el aire con *ShowMatch* más de la cuenta. Y otro que sufre las emisiones estradísimas de Tinelli es Andy Kusnetzoff con su programa *Argentinos por argentinos*.

El minuto a minuto del rating hace estragos en las neuronas de los gerentes de programación de la TV y roba horas de sueño a millones de televidentes. Uno de los más afectados por los corrimientos horarios es Mario

pergolini y *CQC*, que empieza a cualquier hora y termina sabe Dios cuándo. Un día de emisión del programa, cuando son exactamente las 0:48, Pergolini se despidió del público hasta el programa siguiente con una amarga ironía: "Hasta el jueves que viene o hasta el miércoles o quizá no nos veamos". Para septiembre, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) anuncia la aplicación de sanciones para los canales de televisión que no respeten los horarios de programación.

"Parecería un organismo ineficiente o directamente corrupto —lo califica Juan José Campanella, uno de los grandes afectados por el fenómeno de los corrimientos en una columna que firma en *La Nación* (10/9/06)-. Ha dejado elevar el estándar de vulgaridad de nuestra televisión a niveles irreperables. Durmió la siesta durante los corrimientos de horarios, y ahora intentan tomarnos por estúpidos a nosotros."

Es que el COMFER amenaza con aplicar multas de 3.000 pesos, una cifra insignificante para los volúmenes de dinero que ingresan por vía publicitaria. Nunca trascienden, a ciencia cierta, qué sanciones se aplican, cuándo y con qué efectos. Si alguien lo sabe que lo diga o calle para siempre.

EN FOCO

Bailando, cantando y patinando por un sueño

En 2005, los productores mexicanos Rubén y Santiago Galindo patentaron una idea llamada *Bailando con las estrellas* que, con los años, se convirtió en la franquicia más vendida de la empresa Televisa en todo el mundo. Televidentes de países tan diferentes como Brasil y Colombia, de Costa Rica y Ecuador, El Salvador y Panamá, Perú y Paraguay, Eslovaquia y Rumania y, por supuesto, los de México y Argentina, en donde los derechos fueron reservados por la productora de Marcelo Tinelli.

En el original, un puñado de participantes anónimos se aliaba con una figura conocida con el objetivo de concretar un sueño de carácter benéfico o solidario, a favor de instituciones de bien público de ciudades y pueblos. La elección venía manejada desde un doble comando. Por un lado, calificaban mediante la opinión de un jurado pero también por el masivo voto telefónico del público. La versión argentina tuvo varias diferencias con el original, por haber enfatizado las características de reality show (en donde las reacciones personales de cada participante y su interacción con los jurados cobraba una importancia superlativa) y, en especial, por la variedad de temáticas bailables elegidas, más de una docena, del flamenco al rock, del merengue a la chacarera, del hip hop al ballroom.

También había en danza otro formato: el original inglés *Dancing with the stars* (*Bailando con las estrellas*), acuñado por la BBC de Londres, en donde cada pareja estaba formada por una celebridad y un bailarín de salón, profesional. La modalidad atrapó el interés de muchos países y en la versión de Italia, en el año 2005, uno de los participantes fue Diego Armando Maradona, que concursó con la bailarina napolitana Angela Pánico. El Diez y su acompañante, de 24 años, si bien se destacaron, no alcanzaron a calificar para los tramos finales del certamen.

En 2007, un canal mexicano convocó a las parejas ganadoras de los *Bailando*. .. de nueve países para que concursaran entre sí. Por Argentina participaron Laura Fidalgo y Gustavo Rojas, que por una intoxicación contraída en el Distrito Federal mexicano tuvo que ser reemplazado por Maximiliano D'Iorio. El primer lugar lo obtuvo el dueto de danzarinés mexicanos y la pareja argentina terminó tercera. Como jurado viajó Jorge Lafauci, con experiencia en la tarea desde el primer ciclo local, y que terminó denostado por el público mexicano luego de haber motejado de feas a las mujeres mexicanas.

Estamos en el baile

Bailando por un sueño 1: Salió al aire el 17 de abril de 2006, dentro del formato de *ShowMatch*. Conocidos invitados: Miguel Ángel Cherutti, Dalma Maradona, Jorge Martínez, Jessica Cirio, Guillermo Novelis, Dady Brieva, Pamela David y Carmen Barbieri. Jurado: Jorge Lafauci, Laura Fidalgo, Zulma Faiad y Reina Reech. Ganadores: Carmen Barbieri y Christian Ponce.

Bailando por un sueño 2: También en 2006 (3 de julio al 25 de septiembre). Conocidos invitados: Mago Emanuel, Emilia Attias, Gino Renni, Ana Acosta, Boy Olmi, María Eugenia Rito, Pablo Alarcón, Silvina Luna, Miguel Ángel del Sel, Florencia de la V, Pablo Tamagnini y Moria Casan. Jurado: la ganadora del concurso anterior, Carmen Barbieri reemplazó a Reina Reech; el resto, igual al anterior. Ganadores: Florencia de la V y Manuel Rodríguez.

Bailando por un sueño 3: También en 2006 (2 de octubre al 21 de diciembre). Conocidos invitados: María del Carmen Valenzuela, María Vázquez, Julieta Prandi, Luciana Salazar, Karina Jelinek, Carla Conté, Ginette Reynal, Beatriz Salomón, Alejandra Pradón, Yuyito González, Eliana Guercio, Ximena Capristo, Marcela "La Tigresa" Acuña, Laura Fidalgo y Evangelina Carrozo. Jurado: Gerardo Sofovich, Moria Casan, Reina Reech y Jorge Lafauci (también participaron Diego Maradona, Chiche Gelblung y Florencia de la V). Ganadores: Carla Conté y Guillermo Conforte.

Bailando por un sueño 4: en 2007 (16 de abril a 6 de noviembre). Conocidos invitados: Catherine Fulop, Carmen Barbieri, Matías Alé, Silvia Sü-uer, Daniel Agostini, Nazarena Vélez, Alejandra "Locomotora" Oliveras, Rocío Guirao Díaz, Gustavo Guillen, Victoria Onetto, Soledad Solaro, Florencia de la V, Juana Repetto, Flavia Palmiero, Rodrigo "La Hiena" Barrios, Nina Peloso, Paula Robles, Liz Solari, Rocío Marengo, Soledad Fandiño,

Iliana Calabró, Celina Rucci, Carla Conté, Carolina Oltra y Paula Morales. Jurado: Gerardo Sofovich, Jorge Lafauci, Moria Casan y Graciela Alfano. Ganadores: Celina Rucci y Matías Sayago.

Bailando por un sueño 5: en 2008 (la final se realizó el 11 de diciembre). Conocidos invitados: Dolores Barreiro, Natalia Fassi, Serafín Subiri, Sofía Zamolo, Adriana Aguirre, Carolina Baldini, Evangelina Anderson, Cicciolina, Karina Jelinek, Belén Francese, Millie Stegman, Marianela Mirra, Pampita Ardohain, Jessica Cirio, Eunice Castro, Gladys Florimonte, Pablo Ruiz, Mónica Farro, Natacha Jaitt, Jorge Ibáñez, Laura Fidalgo, Valeria Archimó, Marcelo de Bellis, Kenita Larrain, Gabriela Bo, Verónica Varano, María Fernanda Callejón, Tota Santillán, Fernanda Vives, Victoria Vanucci, Florencia Gómez Córdoba y Sabrina Rojas. Jurado: Gerardo Sofovich, Moria Casan, Carmen Barbieri y Jorge Lafauci. Ganadores: Pampita Ardohain y Nicolás Armengol.

Características

- De las ocho parejas iniciales en *Bailando* 1, suman 32 en la quinta edición.
- A medida que las ediciones avanzan y aumenta el número de concursantes, pasa a dominar el objetivo de show y se olvida el priginal carácter solidario del programa. Los sueños colectivos quedan sepultados por la necesidad de expresión individual.
- Tienen mucha mayor repercusión e inclusión los llamados famosos que los soñadores.
- El sentido de la elección de los conocidos tiene que ver fundamentalmente con el impacto mediático que sean capaces de generar. Y, aunque algunos demostrarán muy aceptables condiciones técnicas, prevalece la influencia que generan como personajes interesantes para la televisión sobre sus dotes de bailarines.
- Las características de los elencos, una fauna en extremo variopinta: boxeadores y boxeadoras, la luchadora social Nina Peloso, modelos y travestis, un ciego español, una actriz porno italiana en decadencia, un modisto, actores y actrices, la pareja de una de las juradas, la esposa del conductor, ex concusantes de *Gran Hermano* y *Operación Triunfo*, frecuentadores y hábitos de los programas de chimentos generadores de dimes, diretes, escándalos y abundantes posibilidades de comercialización de productos y personas.
- El perfil del concursante actual es diametralmente opuesto al participante de otras épocas, que en ciclos como *Odol Pregunta*, la *Cabalgata Gillette* o *Tiempo de siembra* arriesgaba la exposición de un saber en pos de un premio en efectivo. Ahora, en estos certámenes, es frecuente que, de la mañana a la noche, un desconocido trepe a la categoría de estrella. Así como en otro momento la primacía la tu-

vieron los concursos de preguntas y respuestas, hoy las referencias exclusivas giran en torno a los concursos de talento o destreza.

En el *Bailando...* del año 2007 se introdujo el llamado "Baile del caño", una disciplina que se utiliza con fines recreativos y deportivos en gimnasios y con objetivos eróticos en cabarets y clubes nocturnos. En su adaptación televisiva, el caño estaba protagonizado por mujeres, en tanto los hombres sólo acompañaban. Esta modalidad y la de streap dance, caracterizadas por movimientos sensuales y provocativos, originó críticas de tono moral de distintos sectores, debido a la muy alta exposición a que debían someterse los participantes. En 2007, el entonces interventor del COMFER Julio Bárbaro anunció sanciones para el ciclo por valor de 7 millones de pesos, penalidad que se extendía a todos los programas que, durante el horario de protección al menor, repitieran esa coreografía de abierta insinuación erótica. La más cuestionada resultó la vedette Nazarena Vélez, cuyo número culminó con dos hombres arrojándole champagne sobre sus pechos desnudos. Fue principalmente criticada por la jurado Moria Casan que lo calificó como "procaz y cuasi pornográfico" y, en especial, porque su realización coincidió con la presencia en el estudio de un centenar de niños de entre 3 y 10 años de edad que estaban allí acompañando a uno de los participantes. Sin embargo, los movimientos no pasaron inadvertidos en la audiencia: esa noche el programa conducido por Marcelo Tinelli alcanzó picos de rating de 40 puntos. En otra ocasión —cuando la bailarina fue Pampita Ardohain— las consecuencias de los insinuantes contoneos porteños repercutieron hasta en Inglaterra. De eso se hizo eco el diario matutino *The Sun*, que reproduce imágenes de la modelo y tituló *Strictly Bum Dancing* (Estrictamente baile del trasero) y explicó: "Un concursante no puede creer su suerte al ser llevado con el paso por una belleza en tanga... La picante bailarina es parte del staff de la versión argentina, donde bellezas apenas vestidas hacen rutinas que incluyen baile del caño y streap tease".

Durante el año 2008, la producción de *Bailando...* hizo llover y nevar en el estudio y también zambulló a los participantes en piletones de aerífico repletos de agua, para que cumplieran una modalidad denominada aqua dance. Con ese nombre se conoce a la técnica similar, utilizada por el Cirque du Soleil en el número Waterbowl de su espectáculo *Zumanity*, suceso en Las Vegas. En un principio el coreógrafo Flavio Mendoza adaptó la idea y la incluyó en una de las revistas de Nito Artaza.

Desde sus inicios, el show de baile tuvo una enorme repercusión y altísimas cifras de rating. También contó con dos desprendimientos: uno, en el cable, llamado *La Previa*, con la conducción de Carlos Monti y Laura Ubfal y otro por Canal 13 titulado *Éste es el show*, conducido por José María Listorti y Carla Conté, dedicados en cada caso a mostrar los entretelones del programa original, con la idea de

perpetuar su presencia en el aire. De este último ciclo surgió como programa independiente el segmento *El casting de la tele*.

Fueran o no eficaces en sus labores específicas, la reiterada exposición en estos ciclos les aseguró a muchos participantes una activa y fecunda vida paralela, traducida en presentaciones personales y shows. Varias, como Belén Francese, aprovecharon la inesperada carga de fama para beneficiarse con un merchandising abrumador: su tendencia a las rimas absurdas ("Jorge Rial, hace mucho que usaste pañal/¿Cambiaste el dial, te voy a poner un bozal" o "Para esos periodistas indiscretos, la farándula no tiene secretos, con ellos mejor no me meto") le posibilitaron compendiarlas en un libro que, créase o no, frecuentó la lista de los más vendidos. El volumen se tituló "Pequeña Belén (No) Ilustrada" y apareció con un prólogo de Chiche Gelblung. Tinelli solía probar el nivel de cultura general de la participante Rocío Marengo mediante un ping-pong de preguntas y respuestas. Y así fueran dilemas matemáticos elementales (¿cuánto es 8 por 7?) o capitales de países europeos, la chica no pegaba ni una respuesta y, al contrario, se esforzaba por ser o parecer una descabezada fuera del mundo. Mejor le iba con un paso coreográfico al que bautizó como Koala que practicaba (con refriegues de indudable prosapia sexual) con el conductor del ciclo y con otros hombres que se le cruzaran en el camino, además de su compañero *dé* baile. Con tono infantil y mohín de sexy distraída e inocente, la participante Karina Jelinek también se ufanaba de sus desconocimientos. Sucumbía ante las intencionadas preguntas de Tinelli, y aunque pasara por burra su estilo era tan genuino que el público la acompañaba y apoyaba en el rating. Matías Alé generó un personaje interpretando a un mulato mal pintado de discutible acento brasileño, que decía unos chistes elementales graciosos sólo por lo malos que eran. Pero, cosas de la televisión, ese muñeco penetró fuertemente en el público infantil.

- A actores y actrices consagrados y con trayectoria como Miguel Ángel Cherutti, Dady Brieva, Gino Renni, Ana Acosta, Marcelo de Bellis, Pablo Alarcón, Miguel del Sel o María del Carmen Valenzuela su participación ni les sumó ni les quitó demasiado. Apenas algo más para sus nutridos curriculum, la chance de aparecer mucho en cámara y, seguramente, la posibilidad de embolsar unos buenos pesos. En cada uno de los concursos hubo gratas y talentosas apariciones, como las de Emilia Attias, Pampita Ardohain.

Raros oficios nuevos

Así como en un tiempo en la televisión hubo sobreabundancia de escribanos, ahora lo que hay en exceso son ciclos con jurados. Los jurados constituyen una extraña y reciente especialidad televisiva. No deben ser ex-

pertos leguleyos ni tener elevado juicio: cuanto más propensos al histrionismo y a la observación provocativa e hiriente sean, mucho más cercanos al ideal de su rol. Un ideal que sintetiza cabalmente el inglés Simón Cowell, consagrado productor musical primero, luego juez de la versión inglesa del concurso de canto y posteriormente principal promotor del *American Idol*. De su escepticismo (cercano al cinismo) y de sus modales implacables cualquier jurado de versiones latinoamericanas, incluida la argentina, pudo tomar inspiración. Algunas de sus frases polémicas son: "¿De verdad tú crees que podrías ser el próximo American Idol?... Pues entonces debes estar sordo" o "Mi consejo sería que si aspiras a tener una carrera en la industria musical, pues ¡no lo hagas!" Y ni hablar de sus gestos descalificatorios o despectivos que hacen doler a los concursantes tanto como un puntaje bajo.

De cualquier modo, todo jurado debe tener una base de conocimiento que le posibilite intervenir con mínima autoridad en la especialidad que le toca opinar. Nadie puede negar que Osear Mediavilla o Patricia Sosa tienen oído como para saber si alguien desafina o no o que Reina Reech y Laura Fidalgo acumularon competencia como para juzgar si alguien acierta o erra un movimiento. Sin embargo, por lo que se ve, el ego, la polémica, la disensión y, en ocasiones, la ostentación de poder domina a la tranquila exposición de juicios y sabidurías. El mejor jurado será quien sea capaz de provocar mayor grado de ira, frustración, dolor y lágrimas entre los concursantes, a la par de interés, atención y polémica entre los televidentes.

La exacerbación de estas tendencias originaron que lo que había sido concebido como un juego terminara en ocasiones en verdadera guerra. Uno de los enfrentamientos más encarnizados fue el que protagonizaron el jurado de *Cantando por un sueño* Lucho Aviles y el participante, el modisto Roberto Piazza. Todo arrancó con un comentario despectivo de Aviles respecto de la indumentaria de la compañera de Piazza y del propio participante; afectado por la descalificación, Piazza presentó su renuncia al ciclo. Después, los programas de chimentos, con su estilo, amplificaron el roce y le dieron categoría de suceso nacional. Finalmente las diferencias ("Todo lo que dije de mí es homofóbico", sostuvo Piazza; "Es mi opinión, no afecten mi libertad de expresión", se atajó Aviles) llegaron primero al Instituto que se ocupa de la discriminación alentado por el modisto, y a estrados judiciales inicialmente impulsado por el conductor. Posteriormente, y tal vez porque en este ambiente de vanidades extremas, nada se pierde y todo se transforma, los enemigos se reconciliaron y aparecieron públicamente en armonía.

Otra tarea surgida de estas competencias es la del coach o entrenador de los bailarines, presentes a lo largo del concurso, mencionados por el jurado y los participantes. En la vida de hoy un coach es una persona que ayuda a buscar y encontrar el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados usando sus propios recursos y adecuadas habilidades. En estos concursos se denomina coach al entrenador físico o coreográfico que provee las herramientas necesarias a los concursantes para optimizar sus posibilidades y ayudarlos a brillar más en cada presentación.

Y del mismo modo en que los jurados le acercan una pátina de legalidad, los coach le otorgan a los concursos una cierta consistencia técnica, garantizadas por muchas horas de ensayos semanales.

Con perspicacia la periodista María Ana Rago, en *Clarín*, observa que esta clase de concursos provocó, incluso, cambios en el lenguaje cotidiano. "En este último tiempo quien antes era un maestro o daba cátedra coloquial se convirtió en un coach. Ni qué hablar del simple movimiento corporal frente a una melodía que ahora trepó a la categoría de coreo. O de la vieja y lúdica recreación que se disfrazó de acting. Y si todo se combina, la performance copa la parada. El que antes estaba bajo la lupa y debía hacer buena letra, en esta época está directamente sentenciado o nominado."

La exigencia física de la competencia originó, en gente no debidamente entrenada, una serie de consecuencias físicas como desgarros, terceduras, agotamientos y hasta fracturas. Pero los desfallecimientos físicos no fueron nada al lado de algunas patéticas caídas morales. La participante Sabrina Sabrok (argentina, radicada en México) decidió tomar la representación de los mexicanos y vengar con un escupitajo unos dichos despectivos que el periodista y jurado del *Bailando...* Jorge Lafauci había expresado sobre las mujeres mexicanas en México. La concursante fue inmediatamente eliminada. La estrella del pomo europeo Ciccioletta (nacida como Iona Stholer en Hungría, pero consagrada en Italia en donde llegó a ocupar una banca como diputada) también participó del certamen y antes de ser eliminada en dos ocasiones ofreció en italiano una cantidad de consejos sexuales que dejaban perpleja a la audiencia.

Las crías de Bailando...

Cuando el desafío de las danzas empezó a quedar chico, la fábrica de entretenimientos masivos de Tinelli apeló a otros dos formatos de origen extranjero: *Cantando por un sueño*, una franquicia perteneciente al consorcio mexicano Televisa, y *Patinando por un sueño*, cuyos derechos originales son de la compañía Fox.

El *Cantando...* inicial lo ganó una actriz y vedette con indudable llegada popular pero de débiles virtudes canoras. Para seducir a los jurados y lograr que el voto popular se volcara hacia su figura, Iliana Calabró compuso un personaje con nutridos antecedentes en el vademécum de tipos porteños. Lejos de ambas en talento y gracia, tenía sin embargo elementos de la incomparable Catita de Niní Marshall y hasta de la Chona de Haydée Padilla. Pero, fundamentalmente, era ella misma: imagen mezclada de ama de casa simplota y seductora a la vez, clasemediera pujante y buscadora de oportunidades, astuta manejadora de la realidad y excelente cocinera, con una receta estelar, la del tiramisú, desde la que consiguió conquistar a jurados y público. Con más recursos histriónicos que afinación atravesó todas las instancias y se quedó con el primer puesto. Esa consagración le rindió tanto en términos de popularidad como por sus efectos comerciales: le gra-

barón un disco, le editaron un libro del género de autoayuda y hasta lanzó al mercado una marca propia de tiramisú.

Un caso similar fue el del ganador de la segunda edición, el periodista deportivo Miguel "Titi" Fernández, de indudable gracia y simpática presencia pero con indudables falencias a la hora de adecuarse a lo que las partituras indican. El hombre pasó de dar las informaciones y hacer las entrevistas y los apuntes de color desde los vestuarios y el campo en los principales partidos de fútbol, a calzarse un smoking y cantar con aires de Frank Sinatra "Start spreadin' the news, I'm leavin'today...", las estrofas de "New York, New York". Y no le fue mal, aunque, autocrítico, en pequeños conciliábulos llegó a admitir que "si Sinatra hubiera escuchado mi versión, se muere otra vez". Con indudable emoción (tal vez la misma que al saberse ganador lo hizo exclamar: "Vivan los sueños, carajo") rememoró el momento del triunfo: "Lo que yo viví en estos últimos meses fue impresionante. Los periodistas siempre entrevistamos a aquellos a los que la gente aplaude. Ahora, lo genial fue que la gente aplaudió y eso era todo para mí. Ahí entendí lo que siempre dicen los artistas acerca de la emoción de los aplausos".

La puesta en escena de *Patinando por un sueño* requirió severas tareas de producción. Empezando porque donde había un estudio de televisión de 300 metros cuadrados hubo que instalar una pista de hielo importada de Milán, Italia. Cuando lo que se utilizaba era el escenario normal, la pista se guardaba y conservaba a través de un piso aislante. Cuando entraba en funciones sus 7 kilómetros de cañerías impulsados por 12 motores convertían el espacio en un refugio de temperatura invernal (el hielo estaba a cuatro grados bajo cero y en el estudio la temperatura oscilaba entre los 14 y los 19 grados), al punto que tanto los jurados como el conductor aparecían en cámara arropados para protegerse de las temperaturas bajas.

Decenas de técnicos trabajaron en el diseño escenográfico (que era muy atractivo) y el de luces (fundamental, para que no derritiera la superficie helada); en los efectos especiales y en los trajes de los patinadores; en los sistemas de deshumidificación y mantenimiento y en la búsqueda de patines de última generación. Y, en fin, en todo aquello que convirtiera al estudio habitual en un ámbito atractivo con reminiscencias alpinas. Especialidad artística incluida en los juegos olímpicos de invierno, en la versión norteamericana (el *Skating with celebrities*, producido por la Fox) los patinadores son profesionales y las figuras populares tienen o tuvieron alguna relación con ese género de patinaje. La versión británica (*Dancing on ice*) tuvo más parecido a la que puso en pantalla Canal 13.

Los resbalones y caídas fueron frecuentes a lo largo del concurso. Pero nadie despertó tantos comentarios como la participante Karina Jelinek. Lo que se vio una y mil veces en televisión es que una de sus piruetas terminaba con su cara estrellándose indefensa contra la superficie helada y que el golpazo le provocaba un desmayo. El accidente, que no pareció inventado, la mantuvo alejada del programa durante algunas semanas, tiempo en el que arreciaron las sospechas de que su caída había sido ficticia, en procura de

discutibles canales de promoción. Esta situación originó horas y horas de cotorreo televisivo.

Probadas estas dos experiencias, Ideas del Sur comenzó con los preparativos de un nuevo concurso: *Nadando por un sueño*. Pero la productora, atemorizada por el inevitable despliegue de infraestructura requerido y por el alto presupuesto de inversión (se habló en ese momento de un millón de dólares, como para empezar a hablar) postergó para mejores tiempos el proyecto de hacer zambullir a los famosos en una pileta de dimensiones olímpicas y se conformó con innovar en el *Bailando...*, con la especialidad aquadance obligándolos a chapotear en unas sofisticadas tinas de acrílico.

Los que cantaron y patinaron

Cantando por un sueño 1: del 16 de agosto al 15 de diciembre de 2006. Participantes: Claribel Medina, Sandra Ballesteros, Mirta Wons, Cecilia Carrizo, Iliana Calabró, Nazarena Vélez, Rodolfo Ranni, Juan Acosta, Rolo Puente, Jean Pierre Noher, Chino Volpato, Pablo Granados y Tota Santillán. Jurado: Valeria Lynch, Patricia Sosa, Osear Mediavilla, Laura Ubfal y Marcelo Polino. Ganadores: Iliana Calabró y Ricardo Rubio.

Cantando por un sueño 2: del 1º de noviembre al 18 de diciembre de 2007. Participantes: Teto Medina, Roberto Piazza (abandonó el programa por enemistad manifiesta con uno de los jurados; reemplazado por Tota Santillán), Diego Ramos, Pamela David, Teresa Calandra, Georgina Barbarrosa, Fabián Schultz, Miguel Fernández, Chachi Telesco, Brenda Gandini, Carolina Oltra, Karina Jelinek, Adriana Aguirre y Carlos Perciavalle. Jurado: Valeria Lynch, Patricia Sosa, Osear Mediavilla y Lucho Aviles. Ganadores: Miguel "Titi" Fernández y Micaela Salinas.

Patinando por un sueño 1: 9 de agosto a 13 de diciembre de 2007. Participantes: Wanda Nara, Ximena Capristo, Evangelina Carrazo, Claudia Albertario, Jéssica Cirio, Claudia Fernández, Maritza Balli, Luli Fernández, Evangelina Anderson, Victoria Vanucci, Natalia Fava, Marina Calabró, Eliana Guercio, Mariana de Meló, Jéssica Cusnier, Valeria Archimó, Gladys Florimonte, Analía Franchfn, Belén Francese y Fernanda Vives. Jurado: Marcelo Polino, Florencia de la V, Laura Ubfal y Reina Reece (posteriormente reemplazada por Moría Casan). Ganadores: Ximena Capristo y Marcelo Ponce.

Patinando por un sueño 2: 25 de agosto al 5 de diciembre de 2008. Participantes: Paula Trapani, Dallys Ferreira, Rocío Marengo, Andrea Estévez, Nadia Epstein, Jimena Cyrulnik, Gustavo Conti, Melina Pitra, Esteban Moráís, Cinthia Fernández, Adabel Guerrero, Barbie Simons, Santiago Almeyda, Alejandra Maglietti, Leonardo Tusam, Raquel Mancini, Sabrina Ravelli, Claudia Ciardone y Luciana Bianchi. Jurado: Reina Reece, Marcelo Polino, Florencia de la V y Laura Ubfal. Ganadores: Leonardo Tusam y Analía Papa.

por supuesto tampoco sin pagar un centavo, los materiales generados por otros, porque ya se ha aceptado que en ese intercambio los canales encuentran un beneficio compartido.

Tendencia que se puso de moda y que, finalmente, se transformó en género insoslayable en la televisión de hoy, el efecto "Grabo, luego existo" trajo un saldo positivo: la última década los canales de aire trabajaron con mucha seriedad y profesionalidad el tema de su archivo de imágenes y aprendieron —tras sufrir importantes desmantelamientos de activos de imagen y sonido, en especial durante la dictadura militar de los setenta— a atesorar lo valioso y lo que les sirve. En la columna del balance negativo debe figurar que ninguna reiteración es estimulante y cuando se repiten, en una veintena de ciclos, como ha ocurrido, se convierten, únicamente, en un recurso de demasiado fácil explotación. Los recortes —que sostienen programas enteros— no son otra cosa que eso: recortes. Aunque nos los presenten en reformulaciones llenas de intencionada gracia, la repetición del recurso le resta efectividad.

Lo cierto es que hay una televisión autorreferencial que desde 2001 hasta el momento multiplicó sus salidas y, evidentemente, llegó para quedarse. Todo quien quiera hacer pie en ella deberá contar con un fondo de archivo respetable y nutrido, con un entrenado ejército de cazadores de gags y con técnicos eficaces, como editores, musicalizadores y sonidistas que, entre otros impactos, acercaron a la televisión el ritmo implacable del cine y un universo sonoro más propio de la radio que de la televisión. Al rico archivo de imágenes se le debe sumar el archivo de sonidos: los "chañes" (según la nota y el personaje el efecto se denomina lluvia de chañes, tsunami de chañes o Tota -por la Tota Santillán- de chañes) y los "cuac" de TVR son algunos de los efectos sonoros mejor utilizados de los últimos años.

El archivo del archivo

En 1994 —en plena ebullición menemista— por Canal 7, y con la conducción de Raúl Portal y Federica Pais (en años venideros reemplazada por Mariana Fabbiani) empezó *Perdona nuestros pecados*. En julio de 1999, por América se inició *Televisión registrada*, con la conducción de Fabián Gianola y Claudio Morgado (a partir de 2005 la dupla fue la de José María Listorti y Gabriel Schultz; desde 2006 -un año antes ya se habían mudado a Canal 13- los conductores son Gabriel Schultz y Sebastián Wainraich). Ambos programas -parecidos y diferentes a la vez, tanto que las diferencias tuvo que establecerlas un largo e intrincado proceso judicial- coincidieron en el concepto de llevar hasta el paroxismo la idea de volver a apreciar en un envase nuevo lo que ya antes había pasado ante nuestros ojos. En el medio, apareció también el top five de *Caiga quien caiga* que cada semana posaba sus ojos en otros momentos increíbles de la televisión. Cada uno -curiosamente identificados por sus iniciales, *PNP*, *CQC* y *TVR*- desarrolló la especialidad de hacer televisión con fragmentos que habían pensado otros pero otorgándole un sentido crítico, refrescante y novedoso.

A propósito del juicio: en 2005, luego de casi cinco años de batalla judicial, los tribunales inclinaron la balanza en contra de Diego Gvirtz y su ciclo *Televisión registrada* acusándolo de ser una copia de *Perdona nuestros pecados*. Gvirtz apeló la medida y algunos años más tarde obtuvo su sobreseimiento definitivo. El fallo final entendió que "*PNP* se focalizaba sobre el error o el humor que surge de un material de archivo y se aproxima a un ciclo de entretenimiento, en tanto que *TVR* se dirige a un trabajo narrativo, también sobre la materia prima de otros programas de televisión, pero con mayor semejanza a un noticiero". Desde siempre, el eslogan de *TVR* es "el primer noticiero de la televisión argentina".

Pensamientos sobre televisión

Las que siguen son algunas declaraciones de los creadores de estos ciclos:

- "La televisión de hoy sería impensable sin el origen de *Perdona nuestros pecados*. Tal vez para mal, ¿no? Sería bueno que no hubiera tanta retroalimentación... de alguna manera me siento un poco Frankenstein... Yo ya estoy cansado del archivo. Este exceso de utilización del archivo tiene como razón principal el negocio. Hay una desidia intelectual del propio medio, que todo sea el recurso por e>recurso mismo. Hice ocho programas buscando una vuelta de tuerca al original, pero todo tiene su final, aunque el mercado lo siga pidiendo. Lo que hace que cualquier sátrapa inunde la pantalla con archivo... Si para algo sirvió *PNP* fue para cumplir con el objetivo principal de desacralizar la televisión" (Gastón Portal, productor de *PNP*, 2008).
- "Me encantaría que *TVR* fuera un antes y un después de la televisión, pero me parece exagerado. Es cierto que la televisión de hoy usa más archivo que antes. Hoy es inviable hacer un programa periodístico sin archivo. Pero lo fuerte de *TVR* no es el archivo, sino contar con una posición editorial... Me gusta pelear a través de los contenidos de mi programa; tanto *Duro de domar* como *TVR* representan mi forma de pensar... en esos programas y en especial en *TVR*, hacemos periodismo subjetivo, que no es otra cosa que hace la mayoría de los programas, sólo que nosotros lo hacemos explícito y blanqueado. No perseguimos la verdad, sólo opinamos... Los programas de archivo funcionan tanto en Argentina por el alto nivel de desmemoria existente. Por eso, un ciclo de archivo como *TVR* no deja de sorprender a los argentinos. Incluso, nosotros mismos nos sorprendemos de las contradicciones que aparecen... Hoy es más fácil hacer *TVR* porque tenemos un archivo que nos permite sacar mucha ventaja con la memoria. Cuando empecé en el medio, ya imaginaba el valor del archivo. En un mano a mano, el que tiene más memoria saca ventaja" (Diego Gvirtz, productor de *TVR*, 2007).

¿Una televisión perezosa que, en lugar de ponerse a crear se mira el ombligo y aprovecha el esfuerzo ajeno? ¿O un ingenioso modo de admitir que la televisión dispara noticias desde los rincones más inesperados y nadie se había dado cuenta? Los espacios originales y pioneros contaron con una profusa sucesión:

- « *Indomables*, 2001, conducido por Lucho Aviles (luego por Mauro Viale y desde 2004 por Roberto Pettinato) por América,
- *De lo nuestro lo peor*, 2002, especiales conducidos por David Rotemberg y Luis Rubio, por Canal 13. En 2003 se convirtió en semanal.
- *Televicio*, emitido en Canal 9 del 2002 al 2004. Conducido alternativamente por Antonio Fernández Llórente, Mariano Iúdice, Martina Luri y el ex participante de *Gran Hermano* Gastón Trezeguet y posteriormente por Andrea Campbell y Mariano Iúdice.
- *Vale la pena*, 2003, primero conducido por David Kavlfn y el mono Amuchástegui (a partir de 2005, por Fabián Gianola y Anita Martínez). Principalmente sobre materiales del canal emisor, Telefe.
- *El ojo crítico*, 2003, conducido por Mariana Fabbiani y Luis Rubio, con producción de Gastón Portal, Canal 13. Tuvo dos continuaciones: en 2005, nueve emisiones de *Ojo con él ojo* (conducción: Ronnie Arias y Julieta Prandi) y *El ojo* (conducción: Luis Rubio y Julieta Prandi).
- *Aunque usted no lo viera*, 2004 (continuó durante 2005), conducido por Matías Martín y Diego Ripoll, Telefe.
- *Nosotros también nos equivocamos*, 2004, conducido por Axel Kuschevatzky, muestrario de errores de diversos programas de Telefe. Continuó en 2006 (conducido por Fabián Gianola) y en 2007 (conducido por Darío Lopilato).
- *El podio de la TV*, 2004 a 2006, conducido por Laura Oliva, Canal 13. En 2008 el canal de cable Magazine repuso el título conducido por Matías Alé.
- *Duro de domar* (heredero de *Indomables*), desde 2005 en Canal 13 conducido por Roberto Pettinato. En 2008 el programa tuvo varios cambios de horario. Arrancó en su tradicional espacio de las 19 horas pero terminó a la medianoche. Durante 2009, con nuevo conductor (Fabio Alberti) sigue por Canal 13 pero a las 12 del mediodía, por lo que cambiaron el nombre por *Duro de almorzar*. Importante labor del panel, integrado por Fernanda Iglesias, Úrsula Vargues (luego reemplazada por Josefina Pouso), püillermo Pardini, Gustavo Noriega y Diego Fuks (en 2009, reemplazado por Marcelo Panozzo). Duró poco.
- *El resumen de los medios*, desde 2005, también conocido por sus siglas, *RSM*, conducido por Mariana Fabbiani y un panel integrado por

Maju Lozano (en 2009 reemplazada por Mariana Briski), Claudio Pérez, Humberto Tortonese y, hasta 2008 inclusive, Fabio Alberti

- *Ran 15*, desde 2006, conducido por Luis Rubio y Maju Lozano, América.
- *Nuevo semanario insólito*, 2006, Canal 13 con la conducción de Laura Oliva, Diego Reinhold, Araceli González y Luis Rubio. Duró poco.
- *Siempre pasa algo*, 2006 (en 2007, *¿Usted qué hubiera hecho?*, y en 2008 *Resumiendo*) conducido por Alejandro y Adrián Korol y con la producción general de Raúl Becerra.
- *Bendita TV*, desde 2006 (a partir de 2009, *Bendita a secas* porque ampliará su sumario a temas de medios gráficos y de radio), conducido por Beto Casella con un panel formado por Analía Franchín, Lola Cordero, Fabián Doman, María Isabel Sánchez, Jorge Lafauci y Claudio Albarenque, Canal 9.
- *Zapping* (y sus especiales, *Zapping de colección*), desde 2007, conducido por Guillermo López y Julieta Prandi. Durante 2008 este programa de Telefe, que compite en día y en horario, le ganó en rating 3.TVR.

Destacados al corte

f

Aunque oportunamente criticado por su falta de diferenciación con *TVR*, *Televicio*, que permaneció algunas temporadas por Canal 9, presentó una sección original: "Lo que el viento se llevó", que mostraba la primera aparición televisiva de los hoy consagrados. En *Bendita TV*, con muñequitos provenientes del juego infantil Playmobil representan, a manera de lograda y casera animación, a las figuras de la actualidad. En *Duro de domar* el clima burlón del programa se transmite a los camarógrafos que mueven las cámaras con alegría e intención. También merecen destacarse los tonos e inflexiones del locutor de *Duro de domar*, que impuso el calificativo "Duríiiiiisimo" con las íes extendidas y que de a poco comenzó a aparecer en cámara hasta convertirse en uno más del equipo, así como el hombre (survido de un cable ignoto) de voz cascada que únicamente echa loas con su "Espectacular". En 2008, *El resumen de los medios* consagró a dos suricatas (precisamente apodadas Sur una y Cata la otra) de animación en reinas del chismorreo y la maledicencia, del mismo modo en que un conductor poco conocido del cable suburbano impuso el dicho "Finoli, Finoli". El concepto de "Ran 15" (que agrupa temáticamente las cuestiones de la televisión: desde los peor vestidos o los tiempos posteriores a una cirugía estética y califica casos y personas del uno al quince) es atractivo pero no siempre las imágenes y su edición lo emparejan. Fueron memorables en *Duro de domar* (uno de cuyos eslóganes ilustra el propósito del ciclo: "La televisión que nos alimenta") las secciones "Me colgué del cable", basado en programas desconocidos y bizarros de, especialmente, la TV cable del Interior, y

"Kitsch TV", que durante varias temporadas condujo en un altísimo nivel de ironía y de buenos descubrimientos periodísticos Sebastián Wainraich con la colaboración de Sebastián Presta. Dentro de *Duro de domar* se destacó Juan Carlos Velázquez, televisivamente identificado como "el mini" y con una labor gigantesca pese a su muy corta estatura. Caracterizado como alguno de los personajes del día, Velázquez fue, entre otros cientos, el mini Wanda Nara, el mini Elvis Presley, el mini Borges o el mini Padre Grassi.

Los que ponen la voz

Éstos son algunos de los locutores en off que le agregan sal, pimienta e intención a varios de los programas mencionados en este texto. Y algunos —como es el caso de Marcela Feudale en *ShowMach*, Fabián Cerfoglio en *Duro de domar* y Hernán Chiozza en *Mañanas Informales*— también exhiben caras y gestos. La locutora de TVR es la talentosa Estela Montes; el de *Bendita TV* se llama Mario de Candía, el de *Intrusos*, Héctor Rossi y la de *Almorzando con Mirtha Legrand* es la histórica Nelly Trenti.

Valores de TVR

Tal vez no sospeche la Asociación de Periodistas de Radio y Televisión de la Argentina (APTRA) al incluir a *Televisión registrada* en el rubro de programas de humor, que este ciclo es un espejo brutal, y para nada deformante, de nuestro modo de ser. Tendríamos que agradecerle el servicio de desnudar una parte del alma nacional como suele hacerlo hasta exhibirla en estado puro. A esa almita que la perturba más una contorsión sexual o cualquier otra vulgaridad que el catálogo que habitualmente capta y expone TVR: la falta de palabra, la mentira institucionalizada, los que dicen una cosa y hacen otra, la endeblez de principios, las conspiraciones mañosas y muchas características más que parecen liviandades sólo porque están presentadas con humor.

El programa tiene una importancia extra porque presenta sin prejuicios, la otra cara argentina, el perfil hipócrita que caracteriza nuestros empeños más cotidianos y también coloca en una vidriera implacable otros aspectos: la tontería, el ego, la soberbia y la sinceridad brutal que muchos mandatarios del "discurso de la tele" pretenden convertir en nueva idiosincrasia.

Programa profundamente didáctico, nos ha enseñado, no sólo que en nuestro país prácticamente nadie resiste un archivo, sino también que es allí donde radica hoy la violencia más profunda y peligrosa del medio masivo por excelencia. Así, nos presenta, casi a modo de pensamiento único, la banalidad, la falta de respeto por lo dicho, el escándalo y, en especial, la marcada psicopatía de los que, con la misma boquita, hoy afirman una cosa y al día siguiente manifiestan exactamente lo contrario. Esto es una mar-

ca registrada del ciclo. Por eso, rendimos honor a los detectives del archivo televisivo, que obtienen retratos vividos de nuestro modo de pensar y de ser. Eso sí: es una pena que el programa se detenga tanto en las peleas menores de la farándula, en los "medijonemedijo" inútiles del espectáculo, en los chismes de personalidades olvidables, y que no redoble su esfuerzo en sus observaciones socioantropológicas, principalmente las referidas al poder.

Algunas secciones específicas del programa son sobresalientes. Tino y Gargamuza, dos personajes animados que representan un lado salvaje que todos llevamos dentro, los impecables aportes periodísticos de "Cámara registro" (clásico Boca-River; corrupción policial; frontera México-Estados Unidos, apenas unos ejemplos de trabajos logradísimos) y la original "Canción de los parecidos", que compara el aspecto de famosos y no tanto, de aquí y de todo el mundo. La búsqueda de clones y dobles se ha convertido para muchos en una obsesión. Con los ecuaciones —la última vuelta de tuerca que los productores de Pensado para Televisión (la empresa de Diego Gvirtz)—, la apuesta de cazar parecidos llegaba más lejos, ya que mezclaban dos o más personajes y provocaban el nacimiento de un tercero.

Televisión registrada festejó sus diez iniciales temporadas en 2008 y en uno de los programas de diciembre presentó con criterio "arbitrario" lo que para ellos fueron los veinte personajes de la década. Desde el primero, el polémico cantautor Andy Chango, pasando, en este orden, por Jorge Lanata, Rodrigo Lusich, Oggi Junco, Carlos Menem, Susana Giménez y Mirtha Legrand, Jorge Asís, Luis Majul, *Gran Hermano* y Walter Safarían. Le seguían, del puesto 11 al 20, Miguel Ángel De Renzis (el curioso caso de un conductor que consentía que sus televidentes lo insultaran a través del teléfono), Niño Dolce (de muy fugaz celebridad por *Gran Hermano vip*), Jorge Rial y Luis Ventura, el ex presidente Fernando De la Rúa, Mich, un freak que se hizo conocido por el programa *Zap*, Fernando Niembro, José Pablo Feinmann, Eduardo Feinmann (el periodista de Radio 10 y C5N), José de Zer y Pappo.

En la nómina figuraban dos ex presidentes, varios prominentes miembros del periodismo farandulero y de chimentos, algunos fallecidos (como José de Zer y el inefable Pappo), otros muertos en vida y, al menos, un intelectual de pura cepa, el filósofo y escritor José Pablo Feinmann. En sólo una noche y por una revulsiva aparición como invitado de TVR, Feinmann apareció lanzando furiosas invectivas en contra de la televisión, incluido el mismo programa que lo había convocado como comentarista.

Respetando lo caprichoso de la lista podrían sumarse otros prototipos que nutrieron los contenidos en forma permanente: Chiche Gelblung y Diego Maradona; Marcelo Tinelli y los jurados de los programas de Tinelli; Luis Barrionuevo y Jacobo Winograd; Alfredo De Angeli, y Luis D'Elía; Nazarena Vélez y Charly García, inolvidable demoliendo escenarios, corriendo a pinas a un movilero o tirándose desde un piso alto a una pileta en un hotel de Mendoza.

Programas "casa central" y sucursales

Desde tiempo atrás los programas basados en material de archivo se apoyan en todo espacio que vaya arriba en los ratings. Eso será razón suficiente como para que el resto de la tele le rinda pleitesía y lo promoció de la mañana a la noche. En 2008, *Patinando por un sueño* y *Bailando por un sueño*, no solamente contaron con espacios propios preparados por la productora (en canales de aire *Este es el show*, semanal, Canal 13, y en el cable —la señal Magazine— *La previa*, diario, conducido por Carlos Monti y Laura Ubfal), sino que estuvieron en casi 40 "sucursales" de distintos canales. Eso le permitió disponer de una fabulosa e impensada cuota de pantalla. Cualquier excusa resultó "bocado de cardenal" para que los programas mantuvieran presencia, en especial en espacios de canales rivales: caídas, disputas entre las bailarinas-patinadoras, el alto tono erótico de algunas coreografías, llantos por calificaciones consideradas injustas o imprecisas, el baile de la lluvia, el baile de la nieve, la furtiva aparición de un pecho o dos y un clásico de este tipo de ciclos: los tensos y por momentos desagradables intercambios entre jurados y concursantes.

Bien vale aclarar que esto que sucedió en 2008 con *Bailando...* y *Patinando...* no es nuevo y viene sucediendo hace ya años. A modo de grandes tetas nutricias, hay espacios que le dan de comer a numerosos ciclos. En su momento, los aspirantes y participantes de *Expedición Robinson*, *Gran Hermano* y *Operación Triunfo* fueron asiduos concurrentes a los programas de chimentos que expoliaban sus vidas íntimas. En años siguientes los elegidos fueron los personajes de la tira *Los Roldan*, en especial Laisa, un travestí que se enamoraba de un muchacho de familia, lo que sucedía fuera y frente a cámaras en *La noche del 10* que en 2005 condujeron Diego Maradona y Sergio Goycochea por Canal 13. En 2006, alcanzaron suceso ficciones como *Montecristo* y *Sos mi vida* y lograron que buena parte de la TV estuviera pendiente de ellos. En 2007, cuando *Gran Hermano*, por Telefe y *Bailando...* y *Patinando...* acapararon las mayores audiencias, ocurrió que varios concursantes eliminados de *GH* se reciclaron ingresando a las galas de baile y patín. Si esto fue así hasta ese momento, la sumisión de la televisión a los elegidos del rating en la temporada 2008 tuvo una dimensión estremecedora. Tanta fue la presencia de los programas surgidos de la factoría de Tinelli —no sólo en la pantalla, también en suplementos especiales de diarios y revistas y ocupando los principales momentos de la radio del día posterior— que semejante embestida ofrecía a los televidentes la sensación de que se nos condenaba a los televidentes a ver eso y solamente eso.

¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta...)

Cifras que lo explican

En 2008, los ciclos de Marcelo Tinelli fueron tema de conversador otros programas durante 226 días de los 242 en que el ciclo se mantuvo exhibición. A partir de su estreno, el 14 de abril, *ShowMatch* (con *Bailo por un sueño* o *Patinando por un sueño*) resultó mencionado en 1: oportunidades, a razón de casi 5 ciclos diarios. Esos programas genera habladorías y comentarios en los siguientes programas de archivo y el mes: *Ponele la firma*, *Zapping*, *Top Ten*, *TVR*, *Este es el show*, *Resumen los medios*, *Intrusos en el espectáculo*, *Los profesionales de siempre*, *C(Pablo y Pachu*, *Bendita TV*, *Secretos de colección*, *Duro de domar*, *Ran Resumiendo*, *El último vuelo del día*, *Infama*. Pero no sólo en ellos. También bien llegaron a magazines y ciclos de interés general: *Almorzando con IV. tha Legrand*, *Mañanas informales*, *Tardes informales*, *AM*, *Impacto Chic*. *Mañaneras*, *La casa de América*, *Argentinos por su nombre*; penetraron entretenimientos y tiras de ficción como *Hoy puede ser*, *El muro infernal*. *La mamá del año*, *Bella y Bestia* y *Mujeres de nadie*, y hasta tuvieron gar en ciclos de actualidad y noticieros como *La cornisa*, *Arriba Argénos*, *Noticiero 13* y *Telenoche*.

El sitio television.com.ar elaboró una singular y sorprendente estadística de presencia televisiva, que pone en evidencia la reiteración de una agenda y una notoria falta de imaginación.

Nazarena Vélez fue figura central o tema referencial durante 171 de 1365 días del año 2008, o sea casi la mitad del año estuvo en las casas que tenían televisión. Daniel "La Tota" Santillán (inicialmente surgido con agente artístico del malogrado cantante Rodrigo; luego, durante años, conductor de un ciclo de grupos de bailanta; posteriormente consagrado como cantante, bailarín y escandaloso latin lover) tuvo 152 días de presencia por 475 apariciones en 19 ciclos distintos. También tuvieron presencia relevante, e inquietante, una troupe de enanos, irónicamente apodados Los Gnoses, y las llamadas tribus urbanas, los emos y los floggers.

Eduardo Bergara Leumann, el 5 de septiembre, llena muchas horas de TV, pero no tanto como el accidente del avión de Spanair, que se estrella, con 154 pasajeros a bordo, a poco de despegar del aeropuerto de Barajas, o la elección de Barack Obama, el 4 de noviembre, como nuevo presidente de los Estados Unidos.

Y de repente, apareció Cumbio

La TV de 2008, de buenas a primeras, descubre a pintorescas tribus que ya hace rato transitan por la ciudad. Los emos y los floggers se convierten así en visitas asiduas a programas de interés general, y objeto de curiosidad o de comentarios irónicos. Mientras en la ficción local los adolescentes por lo general viven en la opulencia, en los periodísticos suele retratárseles en la marginalidad y en el cable gustan mostrarlos pegándose en videos caseiros que extraen de la Web. La excepción es *Había una vez un club*, la serie de cinco programas que Telefe programa en la traspasada de los domingos a pesar de su buen rating, y que dirige y coproduce Juan José Campanella, juntamente con el Ministerio de Educación. Allí se muestra cómo adolescentes de tres ciudades del Interior se organizan para brindarles a sus respectivas sociedades la apertura de un club.

Y, de pronto, el día menos pensado aparece Cumbio, la líder de los floggers, de la que la TV se enamora intensamente y hace pasear por infinidad de programas. Su verdadero nombre es Agustina Vivero; su fotolog es de los más visitados, algunas marcas quieren asociarse a su imagen y hasta saca un libro.

En el horizonte ya se vislumbra la llegada de 2009 con su amenaza de poner al mundo al borde de su peor crisis desde 1930. La TV local hace planes para ajustarse lo más posible el cinturón.

EN POCO

Lo público y lo cultural

El 7, que hace tiempo y por imposiciones del ordenamiento de la grilla del cable, ya no se sintonizaba en su frecuencia original sino en el 6, sufrió durante 2008 una nueva afrenta a su identidad: fue trasladado al número 15 del listado digital y no digital de Cable Visión y Multicanal y al 8 del sistema Telecentro. Aunque la explicación oficial, emanada del propio COMFER, tenía cierta validez (se alegaban importantes interferencias), la medida fue recibida por los espectadores con extrañeza y en la población del canal como

"la reiteración de una pérdida y una nueva derrota de las tantas que nos infringieron", según apuntó un trabajador del canal que eligió el anonimato para la declaración. Es que en esos círculos corrió con seguridad la idea de que la modificación numérica beneficiaba claramente a Todo Noticias (TN), que quedó ubicado entre Telefe y Canal 13, los canales líderes de audiencia, y en especial a C5N, la estación de noticias de Daniel Hadad, que aun antes de su aparición ostentaba el número 5 en su marca. La nueva señal impuso ante el Gobierno su necesidad antes que el canal estatal exhibiera su historia de 57 años.

Con los ojos puestos en el Bicentenario de la Nación, en 2010, el otro 7 planea contar con dos espacios estelares. Uno es la miniserie sobre el general San Martín, coproducida con el canal educativo Encuentro (más el Instituto de Cine, el gobierno de San Juan y el aporte externo de Televisión Española), que en escenarios naturales recreará la hazaña del cruce de los Andes por parte del Libertador y batallas como la de Chacabuco. Otro es el suculento menú de cien partidos de fútbol internacional que incluye 21 juegos del Mundial de Sudáfrica 2010. Por este último convenio, Canal 7 dispondrá del mundial próximo de una atracción futbolística similar a las de DirectTV, TyC Sports y Telefe y participará con una parte equivalente del pago de los derechos de transmisión, 15 millones de dólares en total. Tanto en la propuesta de ficción histórica como en la concreción de la oferta futbolera, intervino el nuevo presidente del Sistema Nacional de Medios Públicos (en adelante, SNMP), el cineasta Tristán Bauer, cuya gestión previa al frente del canal Encuentro deslumbró a la Presidenta de la Nación y debido a eso le solicitó que se hiciera cargo del canal más antiguo de la Argentina. Bauer cree que un canal público —el 7 fue llamado, alternativamente y según las circunstancias históricas y políticas, estatal, oficial, gubernamental—debería apoyarse en una tríada de conceptos básicos: entretenimiento, información, formación, no necesariamente en ese orden, pero, eso sí, hasta alcanzar "una cultura popular de calidad". Así piensa el director de largometrajes documentales como *Cortázar y Evita, la tumba sin paz* y de la ficción sobre la Guerra de Malvinas, *Iluminados por el fuego*, ahora una de las cabezas visibles del siempre polémico Canal 7, por estar al frente de un directorio desde el que se maneja la comunicación oficial y que incluye a Radio Nacional.

Este ambicioso complejo mediático oficial fue lanzado en enero de 2001 durante la presidencia de Fernando De la Rúa y mediante un decreto, con la intención de agrupar todo lo que tuviera que ver con la comunicación emanada de fuentes estatales, desde la política a la propaganda, de la publicidad al entretenimiento, de la imagen argentina en el exterior a la información, ya que en un principio estuvieron en el conglomerado la agencia de noticias Télam y el SOR. En el canal el primer cargo como interventor lo tuvo Juan Carlos Abarca, asistido por dos directores, Luciano Olivera, en programación, y Rodolfo Hermida (con la cercanía de Emilio Cartoy Díaz), en el área operativa y de producción. Más adelante, el canal comenzó a ser conducido por un directorio encabezado por Mario Celia y flanqueado por

Daniel Larriqueta y Albino Gómez como directores. Rene Aure ocupaba la gerencia general y Luciano Olivera seguía en programación. Tras la caída del gobierno de De la Rúa nombran a un histórico de la televisión para conducir el SNMP: el pionero de Canal 11 Alfredo Scalise, posteriormente reemplazado en el cargo por Marcelo Simón. Scalise ocupa la gerencia de programación con Mario Pinto en el área de producción. Sobre esta cuestión apolló Pablo Sirven en *La Nación* en agosto de 2008: "La ley que creaba Radio Televisión Argentina fue vetada, a poco de asumir, por el presidente De la Rúa, pero casi enseguida emergió en su lugar el más retórico Sistema Nacional de Medios Públicos... Podría haber sido este organismo sustento perfecto y permanente, el andamiaje organizativo y filosófico que convirtiese de una vez esas señales en verdaderas expresiones públicas, liberadas del yugo gubernamental de cada tiempo. Pero eso no ha podido ser posible todavía porque el SNMP es un organismo meramente administrativo que hasta ahora no ha contado con suficiente respaldo político para llevar adelante un debate que, forzosamente, tendrá que pasar por el Congreso, tendiente a que esos medios se conviertan en una suerte de BBC, respetados por la sociedad por su indiscutida credibilidad y calidad de contenido con absoluta independencia del poder de turno".

La etapa iniciada, en mayo de 2006, por la periodista Rosario Lufrano en su carácter de directora ejecutiva del canal (con Martín Bonavetti como responsable artístico) y continuada desde 2008 (aún al cierre de este libro) por el propio Bonavetti en reemplazo de Lufrano y con Alejandra Bochaty en la gerencia artística, resultaron, a juzgar por lo que salió en pantalla, las más atractivas y coherentes de la década que se está analizando.

Ámbito colmado de tentaciones políticas, el reparto del poder en el 7 siempre orilló la indefinición, cuando no lo escandaloso. Con la llegada de Néstor Kirchner al poder, en 2003, el santacruceño Ricardo Palacio (hoy curiosamente empleado en Canal 9, privado, en manos de un empresario mexicano-norteamericano) ubicado en la presidencia del SNMP designó como mandamás del canal a José Paques, un hombre cuya mayor experiencia provenía del cine. La modalidad de sus principales designaciones desata una severa interna, en especial porque esos cambios reiteran la característica de parche impresentable. Nombra al realizador y guionista de televisión Leonardo Becchini a cargo de los programas de ficción y entretenimiento y designa a Ana de Skalon (argentina, con una brillante carrera en el exterior, en especial en la televisión de Venezuela y de Gran Bretaña) en idéntico rango gerencial pero al frente de los rubros no ficción, noticieros y documentales. Esa absurda división no sólo no funcionó y encolerizó a las partes, sino que exacerbó todavía más un añejo enfrentamiento que, desde mucho tiempo atrás, maniata en demasía ciertas estructuras del canal. Estamentos gremiales del Sindicato Argentino de Televisión (SAT) y de la Unión de Trabajadores de Prensa (UTPBA) se encuentran distanciados en una insólita pelea por espacios y por poder, que lesiona de un modo considerable los intereses del canal. Como si fueran productoras privadas, uno de los gre-

mios (el SAT) se reserva la hegemonía de lo artístico y ficcional y el otro (la UTPBA) no deja que nadie se inmiscuya en los ciclos periodísticos, de opinión y mucho menos en el concepto editorial de los informativos. La fricción llegó al punto máximo de agresión cuando en setiembre de 2005, en la antesala de la salida al aire en vivo del ciclo *La quinta pata* (luego *Visión 7 edición especial*), un nuevo programa periodístico diseñado por el staff de Ana de Skalon, el estudio número 6 apareció encadenado y custodiado por un piquete del SAT. La traba fue efectiva, porque el programa no apareció cuando estaba anunciado aunque las cámaras del noticiero captaron la maniobra y la expusieron desde el informativo.

Con frecuencia esta división, que está muy lejos de resolverse, termina sin conducir a nada y revive la idea del peso notable que los gremios tienen dentro del edificio de Figueroa Alcorta y Tagle. Es impresión casi generalizada entre los consultantes que, para mantener viva esa influencia, los dirigentes potencian cualquier hipótesis de conflicto y reiteran una gimnasia asambleística por momentos agotadora. En su defensa, aunque sin un verdadero sentido de autocrítica, los gremios sostienen que sin su intervención este canal hace rato hubiera sido fácil presa de los intereses más abiertamente comerciales. Que fueron los militantes sindicales, y no otros, los que pusieron el cuerpo para impedir que durante la gestión de Menem el único canal oficial se convirtiera en el quinto canal privado de aire. En un país, como el nuestro, en donde falta tanto el trabajo y en donde la inequidad es pilar y fuente de injusticias enormes, ninguna acción gremial merece ser calificada como desdeñable. Pero la costumbre del alerta permanente se vuelve extraña si se conoce el dato de que, en promedio, el salario de los trabajadores de planta del canal es más elevado que el de sus colegas afincados en plantas privadas.

A partir de la gestión Lufrano, el canal asumió la saludable decisión de diferenciarse de los canales privados. Participó de la elección y contratación de figuras como Fernando Peña y Mex Urtizberea, Marcos Mundstocky Lalo Mir, el equipo artístico que dio cuerpo a los cuentos de Roberto Fontanarrosa y Juan Alberto Badía, Fanny Mandelbaum y Carla Czudnowski, Boy Olmi y Sandra Russo, El Bahiano, Nicolás Pauls y Enrique Vázquez, Adrián Paenza con su ciclo de científicos argentinos y Carlos Polimeni y Gabriela Rádice reseñando la actualidad del cine nacional, Felipe Pigna y ese buen resumen que es *Visión internacional*, Aldana Duhalde, Luis Alberto Quevedo y Laura Zommer y, en especial, Pedro Saborido y Diego Capusotto, gestores de *Peter Capusotto y sus videos*, el programa del canal del que más se habló en los medios y en la calle y el que más repercusiones y premios obtuvo. La directora, aliada política del jefe de Gabinete Alberto Fernández pero enfrentada con la Secretaría de medios capitaneada por Enrique Albistur, y con Gustavo López liderando el directorio del SNMP, impulsó una renovación tecnológica importante, incrementó la política de instalar repetidoras en distintos puntos (ya tiene cerca de 300 en todo el país), enfatizó la condición pública del 7 (el eslogan "La televisión pública" se acordó durante su mandato) y tuvo el valor de desprenderse de algunas coproducciones que gene-

raban estimable rendimiento económico pero magro prestigio, como el ciclo de bailantas de los sábados y el programa *Folklorísimo*, de los pocos que en el marcador de los ratings superaba el fatídico número uno. Con la colaboración del jefe de deportes, el periodista Carlos Asnaghi, obtuvo logros importantes en transmisiones deportivas internacionales (la Fórmula 1 automovilística, el básquet de la NBA, el fútbol internacional, uno de los partidos de primera división en directo). En pocas palabras: consiguió volver más confiable el mensaje del canal. Mientras estuvo a cargo del canal, Lufrano también fue la conductora de la edición más importante del noticiero, tarea que durante algún tiempo, compartió con otras dos participaciones radiales. Para justificar la doble ocupación televisiva alegó que tan sólo por uno de los cargos en el canal percibía remuneración. Nadie es perfecto.

El canal decano ha sido en estos últimos años, en los que tanto avanzó la desprotección del usuario televisivo, el que más cuidó la condición de ciudadano-educando del televidente, cuando los otros remarcaron los aspectos de cliente-consumidor. "Haremos una televisión en la que se respeten los horarios, en donde el rating no manda y la audiencia no es un número", prometía una promoción del 7.

En efecto, los comienzos y finales de los ciclos observaron puntualidad europea, pero lo del rating quedó para alguna otra ocasión, aun cuando en algún momento se había amagado con solicitar a IBOPE que lo eximieran de la medición. En la cabeza de los que mandan, el rating y, ahora, los dictados del minuto a minuto continúan vigentes. Los 13,5 puntos obtenidos con la televisación del partido final de la Copa de Campeones de fútbol, en mayo de 2009, se festejaron como un gol a los 45 minutos del segundo tiempo.

La siguiente administración que mejoró todavía más la programación -la extensión de la atractiva tira infantil *Permitido estacionar*, la audaz propuesta de crítica cinematográfica a cargo de José Pablo Feinmann, la incorporación de Soledad Pastorutti y un programa musical a cargo de Juan Alberto Badía, los ciclos de cine, en especial uno conducido por Inés Estévez que exhibe películas recientes, subtituladas, y sin cortes de publicidad, programas temáticos y especializados como *Km a km* y *Mp3*, el incremento de la oferta deportiva, la reposición de miniserias como la coproducción argentino-española *Vientos de agua* y la brasileña *Ciudad de hombres*, unitarios como los de Juan Leyrado y Arturo Puig y Leonor Benedetto, la presencia de periodistas como María Julia Oliván, Luciano Galende y Orlando Barone, entre otros-, vio con agrado cómo se duplicaba el rating promedio y el hecho de que distintos ciclos del canal fueran mejor considerados por la crítica e incluidos en listas de distintos premios.

En lo que no se avanzó todavía es en la elaboración de un reglamento ético, jurídico, económico y artístico sobre la actividad de los medios públicos que les confieran estabilidad y autonomía, para que deje de padecer ataques, muchas veces justificados, basados en su limitada pluralidad y en su obsecuencia oficialista.

Martín Bonavetti, conyocado por Rosario Lufrano en 2006 para ocupar

la gerencia de programación de Canal 7 y desde 2008 director ejecutivo de éste, cuenta que la consigna que recibió fue la construcción de una televisión pública. Era un concepto por lo menos claro para un organismo estatal que "había sufrido una falta de política clara y continua. Si a esto se le suma el hecho de que durante más de veinte años el canal no había recibido inversión tecnológica, el panorama era desolador". Bonavetti describe a esos veinte años, equivalentes a una generación, como los del surgimiento del cable, algo que también postró a Canal 7 a "un lugar de despojo y vergüenza colectiva". La tarea de estos últimos años consistió, de acuerdo a Bonavetti, en "resignificar una pantalla que, en todos esos años fue, y eso está instalado en el inconsciente colectivo, sinónimo de pobreza, irracionalidad, acomodados e impunidad". Para ello, apunta el ejecutivo, en el canal se trabajó no sólo en los aspectos de una verdadera refundación tecnológica (cosa que no ocurría desde 1978; ahora se sigue trabajando en la adaptación al nuevo proceso de transmisión digital) y de programación (enfaticando dos ejes, el artístico, acercando a comunicadores y artistas de trayectoria reconocida, y el deportivo, eligiendo aquellos episodios en los que deportistas argentinos son protagonistas), sino también en planos que no necesariamente salen en pantalla, como los recursos humanos y la relaciones institucionales. Señala Bonavetti la vara que midió la elaboración de contenidos: "El concepto de televisión pública definió un nuevo paradigma: la transmisión de valores para la formación del ciudadano", cuenta y agrega: "En ese entonces la grilla del canal tenía 76 programas... el lugar que ocupaban en esa grilla era proporcional en importancia al poder de lobby de cada uno de ellos". Bonavetti reconoce que hoy el debate en torno de Canal 7 está abierto. Y lo explica: "Están aquellos que hablan de una televisión pública sin voz ni color, porque consideran que la única opinión válida es la que surge del ámbito privado. Sin embargo, cualquiera que revise la lista de profesionales que trabajaron en estos últimos tres años —entre otros, Eduardo de la Puente y Enrique Pinti, Luis Pescetti y Maby Wells, Martiniano Molina y Natalia Oreiro, Pancho Ibáñez y Federica Pais, Ángel Mahler y Pepe Cibrián Campoy, María Eugenia Molinari y Víctor Hugo Morales, Víctor Laplace y Martín Jáuregui, Coco Sily y Daniel Aráoz, Caloi y Fena Della Magiora, Claudio Martínez y Jorge Maestro- difícilmente puedan decir que no se le dio lugar a todas las voces. Nosotros estamos convencidos de que en nuestro país es posible construir una televisión pública de calidad y diversidad".

En su valioso estudio *Canal 7, medio siglo perdido*, aparecido en el año 2000, el periodista Leonardo Míndez demuestra las claves de por qué la emisora es "una criatura dilecta de la frustración nacional". En el prólogo de aquel libro, quien esto escribe apuntaba: "Ahogado entre las ideas de expresión artística y la necesidad de generar recursos propios a través de ingresos genuinos para evitar el aporte continuo del Tesoro; expuesto a censuras, a vaivenes políticos que lo único que le sumaron fue retroceso; con controles ideológicos directos o disimulados, colocado al servicio de intereses propagandísticos oficiales, siempre al borde de la ruina económica que, en alguna ocasión, lo ha llevado a la convocatoria de acreedores... en

medio siglo de vida argentina no pudo convertirse en el canal de la experimentación, de la vanguardia, del talento y el orgullo artístico argentinos, refugio de los mejores, museo y archivo general de la televisión, escuela oficial del medio audiovisual, como debería ser... Sometido a la acción malsana de muchos funcionarios que pasaron por allí y que en tareas de conducción se probaron en ocasiones ineptos y en otras, corruptos que intentaron hacer del canal botín de intereses personales o partidarios." Pero más allá de dirigentes desconocedores de su tarea o del daño de la inestabilidad política, lo peor de todo es su indefinición. Esas dramáticas medias tintas que aún hoy obliga a preguntarse si debe ser estatal o gubernamental, cultural o comercial, público o de quien esté en el poder, educativo o para entretener, generalista o temático, de cultura popular o elitista, mayoritario o minoritario, difusor de festivales folklóricos o impulsor del Colón, ratingdependiente o libre de mediciones, porteño o federal, con publicidad tradicional o sin ella, con aporte de productoras privadas o enteramente de producción propia, con control parlamentario o presidencialista, etc. Como se ve, demasiados interrogantes que tampoco el funcionamiento de otras importantes estaciones públicas en el mundo redundó en respuestas un poco más claras. Es que hay que admitir que el avance de las políticas liberales y neoliberales en todo el mundo influyeron decisivamente en la solidez de los Estados y, como consecuencia, también sobre los medios de comunicación a su cargo. En las últimas décadas, ni siquiera la BBC es el emporio gigantesco y ejemplar que era, del mismo modo que otras televisiones estatales, como la TV española, la RAI italiana y la TRF francesa tuvieron que sentir drásticas reducciones y desprendimientos.

Lo cierto es que en sus casi seis décadas de existencia Canal 7 no ha podido dejar atrás ciertas remoras de origen. Tras su gestación en 1951, por el impulso creativo de su pionero, el broadcaster Jaime Yankelevich, de inmediato pasó a integrar una poderosa cadena de radios y diarios oficialistas que apoyaban al peronismo de la época sin restricciones. De entonces a hoy siempre estuvo acosado por la inconformidad de distintos sectores. Todavía en 2009, en plena campaña electoral, en cada cobertura de acto oficial o en la aparición sin anuncio previo de un discurso presidencial o en lo que se califica como falta de ecuanimidad de su servicio de noticias, sectores de la oposición creen confirmar el verticalismo a ultranza del ex 7. Y, paralelamente, la propia tropa también ataca la metodología informativa porque considera que la continuidad de una transmisión deportiva no es causa suficiente como para impedir la salida al aire de un acto de gobierno.

Una lectura del proyecto de nueva ley de radiodifusión que puso a consideración y debate el Gobierno, permite aventurar que los días del Sistema Nacional de Medios Públicos están contados. Mediante el artículo 104 se crea Radio y Televisión argentina, sociedad del Estado, que manejará las frecuencias de Canal 7 con la cantidad de repetidoras necesarias como para cubrir todo el país, así como las de Radio Nacional. Para cada estado provincial y la ciudad autónoma de Buenos Aires propicia la instalación de una

AM, una FM y un canal de TV abierto; para cada estado municipal prevé el funcionamiento de una FM y para aquellas ciudades en donde tengan sedes universidades nacionales se reserva la posibilidad de instalar una frecuencia radial y un canal de televisión abierta. En el punto 12 del proyecto aclara: "Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población". Pero lo que en materia de políticas de medios públicos desalienta no es únicamente la lentitud de las soluciones legislativas, sino también la falta de previsibilidad y planificación de las cuestiones centrales. Eso que, por ejemplo, en Europa acaba de conmover a Francia y España.

En Francia, una decisión del presidente Nicolás Sarkozy ordenó que a partir de enero de 2009 las cadenas de televisión públicas no emitan publicidad comercial de las ocho de la noche en adelante. Y ya para el año 2012 la ausencia de publicidad será completa. Para paliar lo que caiga como ingreso publicitario, se estableció un impuesto de algo menos del 10% a todos los proveedores de acceso a Internet y de telefonía de línea y celular. Una medida similar fue firmada en España por el gobierno de Rodríguez Zapatero. El 8 de mayo de 2009 el Consejo de Ministros aprobó para la Radio Televisión Española su nuevo modelo de financiamiento que contempla la supresión total e inmediata de la publicidad. El costo de este paso será cubierto entre los canales privados (entregará 3% de sus ingresos brutos, unos 120 millones de euros cada 12 meses) y por las telefónicas (24%, cerca de 300 millones de euros anuales). Además, el Estado seguirá asegurando un 45% del presupuesto y recaudará otro 20% en concepto del uso del espacio radioeléctrico.

Tanto las autoridades francesas como, especialmente, las españolas (a quienes las telefónicas amenazaron con trasladar los costos del nuevo impuesto a las facturas minoristas) tuvieron, que superar muy serios escollos para llegar a la decisión final, pero la tomaron. La vicepresidenta primera de España María Teresa Fernández de la Vega dijo: "El éxito no tiene que ver con tener o no publicidad, sino con tener un modelo definido y saber lo que se quiere. Nosotros sabemos que queremos un modelo solvente, transparente y competitivo".

Descubriendo a Encuentro

Creado por decreto en mayo de 2005 y refrendado por ley en diciembre del año siguiente, el Canal Encuentro, público, educativo, cercano a los objetivos de la cartera respectiva y con la camiseta del Ministerio de Educación, salió al aire el 1º de abril de 2007. En corto tiempo se ha consolidado como el más certero generador de contenidos instructivos y culturales y como un medio original, serio, colmado de herramientas útiles para docentes, familias y alumnos. En tanto forma parte del proyecto educar, En-

cuentro participa del objetivo de desarrollar tecnologías de la información y la comunicación en todas las escuelas del país. Está bastante generalizada la idea de que a cualquier hora Encuentro proveerá una oferta televisiva dinámica, participativa y que tendrá como prioridades la enseñanza y el aprendizaje.

Lo cierto es que, en corto tiempo, Encuentro logró lo que todavía a Canal 7 le cuesta tanto: una programación tan consensuada como tranquilizadora, prestigiosa, distanciada del riesgo de la actualidad general y política y aun así actualizada y progresista, alejada de la exposición de conflictos, apreciada casi unánimemente por los medios y aceptada por los intelectuales. En su programación inaugural contó con el apoyo y la participación de notables, como los periodistas-conductores Lalo Mir y Adrián Paenza; los actores Gastón Pauls, Juan Leyrado y Mercedes Moran; los cineastas Pino Solanas, Bruno Stagnaro y Juan José Campanella; el músico Chango Spasiuk, y hasta sus respectivos fallecimientos realizaron espacios Eduardo Mignogna y Jorge Guinzburg. Desde su inicio la señal ofrecía seis horas diarias de programación que repetía en cuatro ocasiones hasta completar la jornada.

En junio de 2007 Tristán Bauer, por entonces director general de la señal (con Fernanda Rotondaro como mano derecha) y hoy conduciendo el Sistema Nacional de Medios Públicos, ofrecía datos precisos sobre la operatoria del nuevo canal: "Somos apenas unas 35 personas que trabajamos vinculados a equipos del Ministerio en áreas como Historia, Geografía, Matemáticas, Ciencias", decía y aclaraba que la producción propia llegaba al 40% y el resto del porcentaje lo cubrían enlatados, provenientes de Televisión Española, BBC de Londres, Radio Canadá y de señales latinoamericanas, pero que se proponían mejorar esos porcentajes a favor del crecimiento de la producción local. Cuando le preguntaban cuál era el sentido de que Canal 7 y Encuentro marcharan sin fusionarse, Bauer respondía diciendo que eran dos opciones públicas, que debería haber todavía más y que sería prácticamente imposible e inconveniente juntarlos "porque Canal 7 tiene el objetivo de informar, de divertir y de ofrecer cultura y, en cambio, nuestra señal tiende a ser sólo educativa y cultural".

Una ciudad abierta, pero con dificultades

En 2003, cuando era vicejefe de gobierno de Aníbal Ibarra, Jorge Tejerman le encargó a los realizadores Mariano Cohn y Gastón Duprat una señal televisiva que fuera representativa de nuevas tendencias, usos, costumbres y estética porteñas. Con un presupuesto muy reducido y prácticamente hacinados en un rincón del Centro Cultural General San Martín lo que se logró fue, en términos de creatividad televisiva, casi milagroso y anticipado a su tiempo. Un mensaje innovador y consistente, muy ilustrativo de lo que es el Buenos Aires de los años iniciales del siglo xxi. Cohn y Duprat -creadores de un recordado programa llamado *Televisión abierta* y re-

cientemente directores de la película *El artista*- atravesaron esas rispideces administrativas en dos etapas.

La idea general consistió en armarle ventanas a la pantalla por donde uno podía espiar. Los resultados eran, con frecuencia, polémicos porque durante tres minutos fijaban una cámara sobre una cola de gente esperando un colectivo; luego le apuntaban a una clase de aeróbic de personas de la tercera edad en un parque, o a los abrazos posteriores a un casamiento en un registro civil, o a un gato relamiéndose en un balcón bajo el sol o el ensayo de una banda de rock desconocida. Centenares de fragmentos imprevisibles, respetuosos, que en conjunto (imágenes, música, sin palabra alguna) mostraban la ciudad de Buenos Aires de una manera nueva. A algunos —como quien esto escribe— esa elección les pareció un enorme acierto estético; a otros, ese minimalismo televisivo les pareció una reiteración insoportable y una pérdida de tiempo imperdonable para la televisión.

Tenían otros programas, también de carácter polémico, todos ejercicios de investigación cotidiana. Desde *El helécho* se burlaban de los programas periodísticos que como escenografía muestran un escritorio y una planta. Sin conductor a la vista aparecía el invitado —intelectuales como Horacio González o Nicolás Casullo— respondiendo sobre diversos temas y, por edición, respondiéndose y corrigiéndose a sí mismo. Otro se titulaba *Alguien* y narraba la vida de un ser común, anónimo y con frecuencia interesante y conmovedor desde que se levantaba hasta la noche, en que volvía a descansar. Y también estaba *PH (Propiedad horizontal)* en donde la cámara se metía en la vida de tres o cuatro departamentos de un mismo edificio, mostrando la decoración de los ambientes y también los sueños de sus habitantes. En un foro de Internet, seguidores del canal apuntaban considerables observaciones: "Ver hoy canales como Encuentro o el Canal 7 de la era K es posible por el primer paso que dio Ciudad Abierta. Con su moderna comunicación demostró que se puede ser institucional con una imagen cuidada, entretenida y llena de contenidos", dice Rogelio R. Fabio B. agrega: "El canal incluía el zapping dentro de su propia programación. Se metía a mostrar algo y nos hacían parte, era nuestros ojos". Y Julieta S. definía: "Ciudad Abierta fue el primer y más extremo reality. Sin guión ni premios".

Cohn y Duprat, que alternaron su gestión con el director de cine Israel Adrián Caetano (su fugaz presencia acercó a numerosos realizadores jóvenes) fueron reemplazados por Alejandro Montalbán, Gabriel Reches y Damián Tabarovsky; luego estuvo al frente Cecilia Hecht, posteriormente reemplazada por Juan Puigbó; actualmente la señal está conducida por Carlos Pugliese. La clausura definitiva se convirtió en tema de la campaña electoral de Mauricio Macri, quien inicialmente anunció su próxima salida del aire y, tras ganar las elecciones, modificó su parecer con el anuncio de que seguiría pero con otro enfoque. Hasta hubo un comunicado oficial que afirmaba que "el elevado costo económico que implica sostener un canal que no cumple con los objetivos de su creación convierte en inviable su continuidad en los términos en que está concebida su estructura actual". En di-

ciembre de 2007, unas 400 personas se reunieron en Azcuénaga al 700, frente a la sede del canal, para manifestarse en contra de la decisión del cierre por parte del jefe de gobierno electo. A propósito *La Nación* comentaba: "Una medida que parece difícil de modificar, por más protestas y voces que se levanten desde los sectores de la cultura, convencidos de la importancia de que la ciudad cuente con un canal público que permita la expresión de propuestas de calidad, alternativas a las que ofrece la televisión comercial".

En estos años no le faltaron dificultades, en especial económicas y laborales y soportó numerosas amenazas de cierre, especialmente desde el arribo de Mauricio Macri a la jefatura de gobierno, que le cuestionó su alto costo. Pero la señal puede afirmar con orgullo que emitió programas tan únicos como interesantes: desde *Portarretratos* a *Dinero*, un ciclo conducido por el periodista Jorge Halperín; *Estudio Teatro* y un ciclo excelente de entrevistas (sobre oficios extraños) conducido por Ricardo Ragendorfer; *Culinario* y *13 Tribus*; las ficciones *9 mm* (con guión del periodista Marcelo Larraqui) y *Mi señora es una espía*, con la actuación y dirección de Andrea Garrote y Rafael Spregelburd. En 2009 la señal sigue al aire porque la tan anunciada baja nunca se concretó aunque su nivel de producción había bajado a su mínima expresión. En este año se encontraban en su grilla *El arte de los argentinos*, conducido por el marchand Ignacio Gutiérrez Zaldívar, *Haciendo escuela*, a cargo de Pato Galván, el director de cine Sergio Bellotti con su ciclo *Sinfonía de Buenos Aires*, Luz Yacianci realiza *Espectáculos de Buenos Aires*, además de una sinergia con la radio de la ciudad, colocando una cámara en algunos programas volviendo televisivo el espectáculo de la radio. El canal, que en la televisión analógica, se sintoniza en la frecuencia 80 y en la digital emite desde la 701, transmite en vivo las sesiones de la Legislatura porteña y también unos debates en los que niños de edad escolar toman el lugar de los diputados de la ciudad y, con frecuencia, sorprenden con sus intervenciones más originales que las de los verdaderos representantes.

De lo cultural a lo culturoso

Desde que la televisión argentina está en nuestras vidas se escuchan dos frases que chocan en el aire. Una sostiene que "la televisión todavía nos debe un gran programa cultural". La otra afirma que "la televisión no es para educar, sino para entretener". Y junto a esos asertos hay todavía un tercero, respaldado incluso por escritores e intelectuales prestigiosos que afirma que "cultura es todo", hasta —para decirlo en términos televisivos— un comercial de salchichas, el mohín de una vedette, una noticia urgente de Crónica TV, el grito de gol de un crack de fútbol. La calidad de esta conocida afirmación es cuestionable. Si con la mera exposición o muestreo de las cosas nos volviéramos cultos, deberíamos sacralizar a la televisión porque... vaya si mostró. Pero eso no nos hace sacar patente de ilustrados porque en cualquier caso ese modo de exponer estuvo lejos del lento y sistemático acopio

de conocimientos y de la esforzada integración de experiencias. En ese sentido, el insolente "todo es cultura" de la televisión debería haber constituido un volumen formativo inigualable. Y eso es falso.

Con todo lo que emitieron y emiten señales como Biography, Discovery, Science, History Channel, Film and Arts, Travel and Living, Infinito Discovery Ciencia o National Geographic tendríamos que ser propietarios de una erudición notable. Pero estos canales —remedos de las nunca bien ponderadas enciclopedias— significan, dentro del apasionamiento del zapping, pequeñas estaciones de descanso e incluso de placer respecto de las limitaciones generales de la televisión. En este recuento no debemos ignorar la elogiada tarea y oferta de emisores como Canal(á) y Gourmet, así como los canales de cine, empezando por el de revisión de cine nacional Volver.

Asimismo, a medida que la televisión aumentó su cantidad de horas de transmisión y de canales para ver y elegir, creció el uso del inquietante neologismo *culturoso*, como un calificativo amenazante y censor para cualquier cosa que tuviera que ver con lo cultural y que se distanciara mínimamente del entretenimiento. Por el momento, de modo evidente, si alguna vez hubo una pelea entre la cultura y el entretenimiento, la ventaja quedó en manos del entretenimiento y, a veces, peor todavía, de la pavada organizada. "Culturoso" alude a algo que no se entiende del todo, a algún fenómeno de la creación diferente o demasiado nuevo. Aunque, en el caso que nos ocupa, asocia inequívoca y peligrosamente temas profundos o difíciles con tedio televisivo. Otro atropello a la razón es que muchos productores o conductores de programas que no completaron la lectura de un libro en la última década, se permitan discriminar a personas inteligentes porque su imagen no les parece adecuada para la pantalla, o porque su voz es chillona o apagada y explican las cosas con un ritmo que a ellos les parece irritante, o porque sencillamente los incluyen en la calificación de plomos. Podría decirse entonces que "culturoso" es una palabra cargada con un alto voltaje de intolerancia e incluso de discriminación, que protege a quien la utiliza de su propia ignorancia o temor a lo desconocido. Término aceptado y difundido a diestra y siniestra, sirvió lamentablemente (sirve aún) para recortar el espacio posible de la reflexión en televisión. Umberto Eco describió de este modo el fenómeno, que, evidentemente, no es sólo argentino: "Se arranca de la idea de que todo espectáculo es diversión, mientras que una conferencia, una sinfonía de Beethoven o un debate filosófico constituyen experiencias serias y, por lo tanto, aburridas".

Lo cierto es que, desde siempre, la televisión enseñó más a comprar libros o a detectar el elegido del mes que a descubrirle el gusto a la lectura. No me animaría a afirmar que debería ser de otra manera, pero en esa tensión creció el poderoso medio, tironeado por un lado por los que creían que podía ser escuela de oportunidades educativas y por el otro los que lo fueron convirtiendo de almacén de ramos generales a tumultuoso bufé de bailanta. Es así: convengamos en que por más que un conductor tome un libro en sus manos, mencione al autor y exhiba su portada durante diez o veinte

segundos, no puede decirse que lo esté difundiendo. Una cosa es mostrarlo y otra, reseñarlo o analizarlo.

Formidable vendedora de ilusiones y de productos, la televisión desde siempre tuvo competencia para la difusión literaria. Muchos recordarán cuando en un teleteatro de éxito masivo el autor Alberto Migré puso en boca de uno de sus personajes por conveniencia literaria y convicción estética, algunos poemas de Julia Prilutsky Farny quien, de poeta condenada a vender un puñado de ejemplares por edición se convirtió, de la mañana a la noche, en un suceso de venta. Desde entonces, alentados por los respectivos gerentes de marketing, publicidad o ventas o directamente impulsados por su ambición personal, los escritores (los pintores, los actores, los directores, los músicos) no resignan ningún convite que provenga del mundo audiovisual, sea por media hora o por cinco minutos, para dialogar con gente que, en la mayoría de los casos, no tiene la menor idea de sus realizaciones. Pero el asunto es estar y mantener la ilusión de que una providencial presencia en pantalla se convertirá en el mágico pasaporte para arribar al primer lugar en ventas. Este deseo se parece, en ocasiones, al mamarracho. Que la influencia mediática creció en los últimos años, dan cuenta un par de hechos. Por un lado, que en la lista de libros exitosos figuran productos de personalidades típicas de la televisión como las vedettes Belén Francese, Iliana Calabró o Julieta Prandi, o el ex jugador Héctor "Bambino" Veira. Por el otro, que en las presentaciones de libros sean convocados con frecuencia personajes de fuerte atracción masiva aunque poco y nada tenga que ver con lo literario y que casi nunca falte, a modo de introducción, la exhibición de un video.

En un momento delicioso de su novela *Abbadón el exterminador*, el escritor Ernesto Sabato describe de este modo una pesadilla relacionada con su presencia en el recordado *Sábados circulares*, de Nicolás Mancera. Sueña don Ernesto que se encuentra en un estudio de televisión, en la antecámara de un reportaje y, sin explicaciones —así son los sueños en definitiva— se ve tendido sobre un diván, en calzoncillos, mientras escucha que el conductor no anuncia su último libro sino el inminente casamiento, frente a las cámaras, de Jorge Luis Borges y la vedette Libertad Leblanc en el cual Sabato deberá officiar de padrino. La situación metafórica el oculto y presente temor que cualquier intelectual, como Sabato, siente frente al poder de los medios electrónicos. Científicos, cineastas, autores de libros recelarán de la posibilidad de que una invitación a un set televisivo termine en carnaval carioca, haciendo trencito con la vedette de moda y tirando cotillón al techo en lugar de reflexionar sesudamente sobre su creación o descubrimiento.

¿Y qué queda frente a este entendible temor a hacer el ridículo? En su momento, el escritor chileno Ariel Dorfman recomendaba a sus colegas latinoamericanos integrarse a los medios de comunicación. "Esto es muy difícil de hacer porque muchas veces significa aceptar determinadas concesiones o ensuciarse las manos o no poder decir todo lo que uno quiere... Pero ¿qué sería lo otro? Sólo quejarse de la mediocridad y renunciar a ocu-

parios pocos, esporádicos y brevísimos espacios que se generan... Hay que poder entrar y salir de los medios. Someterse a sus necesidades comerciales, entender la crueldad del rating y aceptar ese catecismo televisivo que decide que más adecuado será un mensaje cuanto más desnudo de palabras venga y cuanto más vestido con el espectacular corte de la banalidad se presente." El periodista y escritor argentino Tomás Eloy Martínez —con varias experiencias en televisión cultural— admite que "todavía hoy cualquier obra literaria de éxito masivo resulta sospechosa, así como también se persiste en observar como denigratorio que un escritor aparezca en televisión... Debemos aprender que todo se puede decir en tres minutos. Esto es mucho tiempo cuando se sabe qué decir y enfatizar el cómo".

¿Cuál fue, entonces, en la última década, la oferta cultural de un medio en que las telenovelas o los entretenimientos parecen no terminar nunca y los programas culturales andan siempre con los días contados, con la soga al cuello? Todavía flota en el ambiente la pregunta que muchos empezaron a hacerse con el retorno de la democracia: por qué no podíamos tener en nuestra televisión programas como *Apostrophes* o *Bouillon du culture* (consagrados ciclos sobre libros y escritores), que su creador el francés Bernard Pivot hacía desde 1975 en la televisión de su país, en horario central nocturno, durante casi dos horas y con enorme repercusión. Una respuesta posible podría ser: porque para eso deberíamos haber nacido franceses y tener una cercanía histórica y natural con los libros. Pero si no tuvimos un Pivot la tenemos a Cristina Mucci, que en 2008 cumplió veinte años al frente de su ciclo *Los siete locos*, iniciado justamente con Tomás Eloy Martínez como coequiper. Y también está Osvaldo Quiroga que persiste con su programa *El refugio de la cultura*. Por sus ciclos desfilaron prácticamente todos los escritores argentinos y muchos relevantes, extranjeros, de paso por el país. Ese acervo constituye un compendio valioso que muy probablemente no exista en los archivos oficiales. Levantado e inmediatamente repuesto por la presión de una cadena de mails a la cartelera del canal oficial en mayo de 2004, en 2009 *Los siete locos* se mantiene en Canal 7 pero en un horario de madrugada difícil de ver. Por eso volvieron a circular mails solicitando a las autoridades del 7 que modifiquen el horario. *El refugio de la cultura*, que sumó a su contenido habitual capítulos de artes plásticas y teatro, tampoco mantuvo su horario de sábado, desplazado por toda una tarde futbolera. Pero, esto es cierto, siempre están en la cuerda floja. El incidente de 2004 se hizo público cuando en medio de uno de sus programas Cristina Mucci comentó lo sucedido frente a sus invitados, la dirigente política Elisa Carrió y el escritor Juan José Sebrelli, quienes no vacilaron en solidarizarse con la conductora, en reclamar su inmediata reposición y en cuestionar duramente la política oficial con los medios. El canal planeaba reemplazar los dos ciclos con otro llamado *Cultura Cero*, conducido por los jóvenes Facundo Carman y Nadia Copquin. Producto de la presión, los programas levantados volvieron a figurar en la grilla del canal oficial y el nuevo espacio salió al aire pero tuvo una vida fugaz, acorde con su débil calidad. En 2004, Alberto Fernández, en su rol de jefe de Gabinete estuvo como invitado de *Los siete locos*,

una vez repuesto en la grilla del 7, y reconoció públicamente que la decisión del levantamiento, aunque temporario, había sido un error.

Espacios de divulgación y orientación valiosa e interesante más que de crítica, *Los siete locos* y *El refugio de la cultura* tienen el valor de haber defendido una matriz seria de identidad cultural y de defensa de valores casi inexistentes en la televisión y de haber recogido testimonios de grandes figuras de la cultura. Y conviven con el logro de haberse mantenido vigentes en un ambiente en donde esos ciclos culturales sucumben ante el exitismo y tienen el destino de flores de un día. En aquel momento de 2004, el sitio television.com.ar cuestionó severamente a los dos programas, ya clásicos de un género. "El anuncio del levantamiento de *El refugio de la cultura* y de *Los siete locos* de la pantalla de Canal 7 inspiró una gama de hipócritas críticas que hablan maravillas de programas a los cuales probablemente nunca vieron. Ambos ciclos carecen de carácter televisivo, nunca han logrado evolucionar de la mesa con invitados y el helécho... Que sean programas dedicados a un ámbito de tan vital importancia no los exime de tener que competir, de ser buenos, de ser mejores aunque el esfuerzo cueste el doble... Hubiese sido mejor y más inteligente promover un relanzamiento antes que darlos de baja." Algo de razón tiene el cuestionamiento. Gente que pone el grito en el cielo cuando estos programas terminan, no le prestaron el necesario apoyo mientras estaban en el aire. Lo de los programas culturales es un verdadero enigma: valorados únicamente desde lo políticamente correcto, no son acompañados por el rating necesario. La gente habla de ellos, los pide, se lamenta mucho cuando desaparecen pero a juzgar por los ratings que obtienen, casi nadie los ve. A pesar de lo que en alguna ocasión declaró Cristina Mucci: "Hay un público al que le divierte mucho más enterarse de las novedades sobre los libros que saber sobre el último lifting de una vedette", dijo. ¿Será realmente así?

A Quiroga o a Mucci, decanos en esta difícil tarea de mostrar y divulgar, se les podría hacer muchas críticas. Pero es innegable que, a medida que se fueron habituando a las cámaras y a las luces, se esforzaron para acercar los contenidos a los lenguajes, ritmos y leyes propias e innegables que este medio exige. Esto es: más síntesis que profundidad; más velocidad que reflexión; más televidentes clásicos (expuestos a distracciones y zapping) que lectores; más imágenes que palabras; más impacto visual que debate; más manipulación marketinera que vocación de lector. Todos en algún momento tuvieron que despojarse de sus elecciones como lectores para alcanzar una mayor cantidad de público. Todos en una determinada ocasión necesitaron referirse a libros o géneros que no les interesaban pero que eran objeto de reconocimiento masivo. Todos atravesaron la experiencia que Canela, conductora de *Colectivo imaginario* por TN, relata con mordacidad: "Que la lectura de un libro de quinientas páginas quede reducida a una edición televisiva que no debe superar los dos minutos".

Algunas influencias extranjeras

Además del mencionado Bernard Pivot, hubo otros modelos y fórmulas que sirvieron de espejo y acicate para los divulgadores locales, y como prueba de hasta dónde se podía llegar cuando se unían las virtudes de un libro con valores muy definidos, las condiciones de un escritor que supiera explicar sus ideas y la tarea de un conductor eficaz que, abordando los temas propios de la literatura, hablara también de la vida y de la condición humana. Es lo que hizo desde la década del 70, en la televisión de su país y en blanco y negro, el periodista español Joaquín Soler Serrano. Importadas y puestas en el aire por el canal Encuentro en 2007, las entrevistas del ciclo *A fondo*, que tenían treinta y más años de realizadas, sorprendieron y deleitaron al público argentino con charlas bien documentadas con Jorge Luis Borges y Julio Cortázar, Manuel Puig y Manuel Mujica Lainez, Juan Carlos Onetti y Atahualpa Yupanqui, pero también Octavio Paz, Camilo José Cela, Juan Rulfo, José Donoso, Carmen María Gaité, entre muchos otros. Es un programa diferente en muchos sentidos. Empezando porque las cámaras de televisión setentistas no habían contraído el síndrome del movimiento de estos años recientes o por el hecho de que casi todos los entrevistados llenaban el estudio con el humo de sus cigarrillos. Se trata de reportajes cara a cara en los que entrevistador y entrevistado respetan a rajatabla los códigos de la conversación periodística, con conocimiento del tema, de la obra y del personaje y con pasión por lo que se habla. Ambos gozan del tiempo necesario y elevan el tono de los diálogos a la categoría de arte para nada menor. Quien pregunta lo hace provisto de numerosos datos y conocimientos y sin ambición de robarse el lugar central. Y quien responde lo hace con tranquilidad, espacio y apelando a su inteligencia, sin necesidad de vender absolutamente nada. Uno de los programas, el que tuvo a Julio Cortázar como invitado, dura 122 minutos lo que al final hace decir al autor de *Rayuela*: "Esta entrevista es un poco larga, pero aún así es insuficiente... Gracias a los que tuvieron la paciencia de escucharme". En el año 2002, el escritor chileno Antonio Skármeta —autor de *El cartero de Neruda*, que luego dio origen a una conocida y entrañable película— estrenó un programa llamado *Un mundo alucinante* (producido por la realizadora argentina Daniela Basso), un ciclo que juntaba reflexiones literarias con situaciones del mundo de hoy. Salió en varios países latinoamericanos y aquí, en el cable, a través de Canal(á). Colocando el libro (o ciertos libros) al servicio de explicar y entender lo que nos rodea, Skármeta realizó en un nivel de producción altísimo una saludable experiencia de televisión inteligente, con invitados como Maitena, el brasileño Doc Comparato, su compatriota Ariel Dorfman o Eduardo Galeano. En 1999, el mismo Skármeta había realizado para la televisión nacional de Chile el programa *El show de los libros* que luego replicó para su audiencia global el canal People and Arts. "Lo que no me gusta de la televisión es que me prometa un programa de entretenimientos y me dé un palo didáctico. Por eso hago un espectáculo televisivo

que no está dirigido a los intelectuales, sino que quiere despertar la curiosidad de la gente por la literatura y los libros", explicó y agregó: "Es difícil saber si hay relación directa entre un programa de televisión que hable de libros y adquisición de libros y, mucho menos, aumento de la lectura, pero tengo la certeza de que en este tiempo de gerentes antes que de poetas que nos toca vivir, programas de este tipo contribuyen a que el libro se vuelva público y el escritor o intelectual más visible". Gracias al cable, en los últimos años creadores locales se pusieron en contacto con experiencias extranjeras valiosas como *Cult book* conducido por Francesco Censon y Sta's Gawronski y emitido por la tercera cadena de la televisión oficial italiana. De la BBC llegó un formato que aquí puso en el aire en 2007 por Telefe la productora Cuatro Cabezas y que se tituló *El gen argentino*. Si bien no era de libros, tuvo la virtud de introducir la consideración de una cantidad de temas afines a lo cultural y educativo (historia y política de los siglos XIX y XX; artes populares; ciencias; humanidades) y de personajes (de Borges a San Martín, de Manuel Belgrano al Che Guevara, de Fontanarrosa a Alfonsina Storni, de Rodolfo Walsh a Quinquela Martín, de Quino a María Elena Walsh) e incluido a algunos de sus jurados (los periodistas Jorge Halperín y María Seoane), poco habituales en la televisión. Y así como en Gran Bretaña el representante del ser inglés por antonomasia resultó el ex primer ministro Winston Churchill, aquí el conductor Mario Pergolini anunció que la votación popular y de los jurados había declarado ganador al libertador San Martín, defendido en cámara por Rodolfo Terragno.

Antecedentes argentinos

En la ya extensa historia de la TV argentina (soplará 60 velitas en 2011), no fueron pocos los intentos de televisión cultural que se sumaron y quedaron para una historia como ésta. Entre las inquietudes del fino poeta y locutor César Mermet en los años iniciales de Canal 7 al excelente micro que Jorge Dorio armaba dentro del programa ómnibus de Juan Alberto Badia en los albores de la recuperación democrática, se acumulan experiencias valiosas como las de Tomás Eloy Martínez, Blackie, Cecilio Madanes, Jorge Lafforgue, Ernesto Schoo y Horacio Salas en diversos momentos. Antonio Carrizo, que en radio entrevistó a Ernesto Sabato, Edmundo Guibourg, Ulises Petit de Murat y Jorge Luis Borges, en televisión en su ciclo *Los grandes* charló largamente con Silvina Bullrich o Martha Lynch. *Los argentinos* (dirigido por Manuel Antín), *El monitor argentino*, con la impronta de Jorge Dorio y Martín Caparros y *DNI*, por Canal 7, fueron ciclos que le dieron un lugar importante y original a la literatura, a los libros y a los escritores. En el programa *Leer es crecer*, que conducía Hebe Clementi, las escritoras Graciela Schwartz e Inés Fernández Moreno narraban un "cuento corto cada semana, así como en *Libro abierto* el poeta y librero Héctor Yánover (con Inés Cano y Clara Fontana) hicieron un ciclo memorable con conocimiento, sentido crítico y humor. El escritor Alberto Laiseca pro-

tagonizó en 2002 y 2003 una de las más curiosas experiencias de cruce de géneros. De la mano de sus conocimientos literarios presentó películas de terror en la señal de cable Retro y por I-Sat apeló a una antología de cuentos de terror que emitidos a la hora de las brujas realmente metían miedo. Muy pertinentemente presentados, realizados por la facha misteriosa y sugerente de Laiseca, los micros fueron recompensados en 2003 por un Martín Fierro en el rubro Cultural y Educativo del cable. Desde hace años Canal(á) justifica lo que durante largo tiempo fue su eslogan de cabecera: "La otra televisión". Actualmente su actividad gira en torno de otro concepto pertinente: cultura activa. Una idea que engloba lo más clásico y lo más innovador de las muy variadas disciplinas culturales y artísticas que toca: teatro y cine, música popular y ópera, fotografía y televisión, biografías reales y personajes de ficción, todo en un sofisticado nivel de producción y en una lograda tarea de divulgación. Durante la temporada 2009, la actriz Cecilia Dopazo continúa al frente del noticiero-guía del canal y en la programación brillan ciclos como *La historia de la risa* y hasta una especie de reality, en el que chicos, provenientes de barrios marginales, participan para tener un lugar en un coro. El actor Fabián Vena cuenta el proceso de construcción de una obra de teatro y Pablo Sirven dialoga con las figuras más conocidas de la televisión. En la grilla no falta la crítica de cine, las muestras de cine independiente argentino ni los ciclos en los que se cuenta la actividad de teatros oficiales. Canal(á), producido por Pramer, tuvo la oportunidad y la virtud de ser diferente y de ofrecer un volumen informativo e inteligente que no es frecuente. Y lo logra sin chismes, sin escándalos, sin golpes bajos ni agresiones.

Como se ha visto y leído, opciones no faltaron (tampoco abundaron para ser sinceros) pero la cultura desde la televisión tuvo en ocasiones un tratamiento que mezcló la falta de compromiso con la acuciante necesidad resultadista del medio. Eso hizo que, a los ojos de los representantes más genuinos de la televisión, el rubro se convirtiera en "piantarrating" y que, como ironiza Les Luthiers, muchos de sus productos fueran programados dentro "del horario cultural de las 3 de la mañana".

Otras experiencias de la década

El ya tradicional espacio que conduce el dibujante y humorista Caloi, con la producción de María Victoria Ramírez, se ocupó de darle lugar a todos los géneros, épocas y especialidades asociadas con la animación, así como *Camino de tiza*, con la conducción de la pedagoga y escritora Mirta Goldberg, fue una usina desde la que se analizó en profundidad la problemática educativa nacional. *Fiestas populares*, por Canal 7, con aspectos atractivos y desconocidos de culturas del Interior de la Argentina, los segmentos especializados de Todo Noticias sobre *Ecología* y *Ciencias*, *Ajedrez para aprender a pensar* y *El lugar del medio*, ambos de Canal 7, como fórmulas atractivas para la divulgación y el ciclo de artes, plásticas *La vida es*

arte, que Lalo Mir conduce por Canal 7, fueron otras buenas muestras de televisión educativa y cultural. *Algo habrán hecho*, muy lujosa y costosamente producido por Cuatro Cabezas, conducido por Mario Pergolini en sus dos ediciones iniciales de 2005 y 2006 y por Juan Di Natale en la de 2008, en cada caso con el historiador Felipe Pigna a la cabeza de las investigaciones, fue un logrado intento de tratar la historia argentina en la televisión abierta. El programa se difundió con éxito por la pantalla de Telefe, con características diferentes de las de los manuales escolares, los museos y la revista *Billiken*. Sus tres temporadas fueron posteriormente repartidas en ámbitos escolares.

La última gran aparición en el género fue *Ver para leer*, programado por un canal líder de audiencia como Telefe, aunque en días domingo y en tardío horario nocturno. Su originalidad es completa, desde que está manejado por un escritor (y periodista) en plena actividad como es Juan Sasturain, que habla de libros, escritores y literatura en una forma amena. Producido y realizado con excelencia y cuidado por personas que entienden esos mundos, su audiencia reúne cada semana a entre 600 y 800 mil personas, cifra notable para un tiempo en que una venta buena de cualquier libro llega a los cinco mil ejemplares. Tempranamente Sasturain verificó el poder del medio, porque en uno de los primeros programas la sola mención de los *Nueve cuentos* de J. D. Salinger originó una sorpresiva alza de ventas y, luego, su agotamiento en librerías. El programa no resignó su origen televisivo y su inserción en el universo librero. Desde su creación participó activamente en la Feria del Libro. En la de 2008 presentó un libro que incluía opiniones de diez escritores que pasaron por el ciclo y un cuento de cada uno de ellos. En la de 2009, auspiciaron la edición de un DVD con los programas para ser repartidos en escuelas de todo el país.

Hay más animadoras, fieles al concepto de distribución de la cultura como bien común. Algunas de ellas son Silvia Hopenhayn, desde su programa de cable *El fantasma*, Natu Poblet, librera de profesión y experimentada lectora haciendo columnas en programas como los de Patricio Lóizaga o *Librería y compañía*, y *Canela* (seudónimo de Gigliola Zecchín), a quien desde antes en la radio y ahora en la televisión le tocó reseñar y lanzar al conocimiento general a centenares o, tal vez, miles de libros, siguen en la tarea de transportar el libro a toda clase de audiencias. Como afirma Canela: "A pesar del avance de lo audiovisual, veo que los escritores siguen despertando mucha curiosidad porque todavía el oficio de la palabra tiene algo de mágico o sagrado".

2009

El año en que la política fue un chiste

su separación de su segunda mujer, Paula Robles, actriz y bailarina, madre de sus dos hijos menores Juana y Francisco.

En un principio Tinelli había pensado un *ShowMatch* salomónicamente bifronte para este año: lunes y martes para las galas de humor —que recuperan sketches de otras temporadas con intervenciones especiales esporádicas del animador junto a renombrados cómicos como Guillermo Francella, Miguel Ángel Rodríguez y Midachi, más todo el despliegue de *Gran Cuñado*—, y jueves y viernes para el certamen con niños *Bailando Kids*, pero como el rating en este tramo es mucho menor, primero se lo restringe nada más que a los viernes y pronto Tinelli le cede la conducción a José María Listorti. El viernes 19 de junio cae definitivamente el telón sobre *Bailando Kids*, tan criticado además por el uso de los chicos, e Ideas del Sur sale a hacer un casting de humoristas por todo el país, y *ShowMatch* queda reducido a tres días de emisión a la semana.

A continuación, *Gran Cuñado VIP*, que caricaturiza a conocidas figuras de la TV, consigue concitar menos atención a pesar de que Tinelli los enfrenta con los originales, y apura el estreno del concurso de baile con comedias musicales. Pero el programa empieza a deprimirse con ratings por debajo de los veinte puntos y las comedias musicales apenas pueden revertir esa tendencia. Y los cómicos de su staff irán a parar a un nuevo programa: *HDP* (*Humor de primera*).

Telefe horada a Tinelli con un Julián Weich cada vez más sólido en *Justo a tiempo*, con la segunda temporada de *Talento argentino* y hasta a veces le gana con *CQC*, mientras Sebastián Ortega ultima detalles de *Botineras*, con Nicolás Cabré y Florencia Peña (que también estrena un programa de juegos, *Flor de palabra*).

Y de pronto apareció Zulma Lobato

La ausencia de chicas y jurados escandalosos en *ShowMatch* de este año es un golpe letal para los programas de la tarde que hasta el año pasado se abastecían de todas las variadas menudencias que dejaba tras de sí cada emisión de *Bailando por un sueño*. Por lo cual los "mediáticos" de otras épocas, como Jacobo Winograd y Guido Süller (que regresa con el cuento de que tiene un hijo de veinte años), vuelven a la palestra. También las pinas que reparte a troche y moche Ricky Maravilla, enojado por las cámaras ocultas y las cargadas en el piso de *Pasión de sábado*, por América, alimentan las ahora famélicas fauces de este tipo de envíos.

Pero quien verdaderamente se convierte en una repentina estrella de los suburbios chimerteriles es el travestí que en su nombre y apellido sintetiza a dos de las grandes glorias del teatro de revistas (Zulma Faiad y Nélide Lobato).

En efecto, no bien la periodista Anabella Asear entrevista a Zulma Lobato y lo hace cantar *Resistiré* en su programa de Crónica TV, el video empieza a rebotar en varios programas de la TV y el nuevo personaje empieza a recibir invitaciones de otros ciclos. Ninguno tan comentado como su

belicosa presencia en el programa de Canal 26, *Minuto a minuto*, que conduce Susana Roccasalvo, donde la emprende a arañazos y cachetadas cuando otro connotado mediático, Mich Amed, lo califica de "señor". También visita el flamante magazine risueño *Zoom*, que Canal 13 pone en manos de Andy Kusnetzoff, Freddy Villarreal y Daniel Tognetti.

La Comunidad Homosexual Argentina denunció "el vergonzoso tratamiento discriminatorio de los medios de comunicación respecto de las personas travestís y trans, a partir de la repercusión mediática de la aparición televisiva de Zulma Lobato...", con una fuerte carga homo-trans-fóbica, que llega a límites inaceptables". *RSM* le había sobreimpreso la poco amistosa leyenda "Matar al abuelito".

Sólo falta una muerte célebre para aplacar la voracidad de la TV. Pero el 17 de junio no habrá sólo una, sino tres.

La seguidilla de muertes célebres comienza en la media tarde del 17 de junio cuando sorprende el fallecimiento de Fernando Peña, a los 46 años. Los canales abiertos y de cable comienzan a repetir viejas entrevistas. Lloran a su manera la pérdida de un artista talentoso, provocador y desaforado que siempre estaba listo para participar de cualquier batalla mediática y a quien se lo vio en este 2009 en una breve participación en *Los exitosos Pells*. Día triste, sin duda, el 17 de junio, porque también nos abandona el gran director de cine y TV, Alejandro Doria, que brindó a este último medio ciclos inolvidables como *Situación límite* (ATC, 1983) y *Atreverse* (Telefe, 1990).

No hay dos sin tres y también cae Osear Ferreiro, el malo más famoso de las telenovelas, que dejó su huella indeleble, con sus temibles Luciano Salerno, de *Ricos y famosos* (Canal 9, 1996) y Alberto Lombardo (*Montecristo*, Telefe, 2006).

Un día negro, sin duda, que la TV ilumina a su manera, entre declaraciones compungidas y la nostalgia de volver a pasar una y otra vez las imágenes de los que se acaban de ir para siempre. Unos días más tarde, el 25 de junio, la TV volverá a lucir luto, pero esta vez a nivel planetario por el inesperado fallecimiento de Michael Jackson, que cubre las pantallas con programas especiales y su funeral estelar.

EN POCO

La televisión del futuro ya llegó

El 13 de junio de 2009 se concretó en los Estados Unidos el llamado apagón analógico. En consecuencia, se inauguró formalmente la era digital de la televisión norteamericana. Desde ese día todos los canales de ese país

emiten en sistema digital, aunque todavía sigue vigente un problema que todos los argentinos debemos tener en cuenta porque, tarde o temprano, también nos tocará atravesar esa transición.

Sucede que por imposibilidad económica sectores sociales de limitados recursos o de zonas rurales alejadas o por problemas de información o de desinterés —aproximadamente, tres millones de hogares, entre 15 y 20 millones de personas— no reemplazaron sus antiguos aparatos por otros digitales o no se aseguraron, mediante un pago de entre 40 y 80 dólares (gasto para el que el gobierno ofreció facilidades), el codificador imprescindible para que el receptor analógico se adapte a la nueva tecnología digital.

En los Estados Unidos la fecha original para la que estaba planteada la conversión era la del 17 de febrero de 2009 pero, en ese momento, la crisis económica global lo hizo imposible. Y no sólo eso. Puso en aprietos al recientemente asumido gobierno de Barak Obama, por lo que el propio Congreso de la Unión aprobó una gracia de 120 días. La fecha del 3 de abril de 2010 es otro plazo límite para Europa y muchos otros países del planeta. Un planeta en el que sólo una nación —Finlandia— cuenta con un ida y vuelta televisivo enteramente digital. Las transmisiones digitales se iniciaron en el año 2000 en algunos países con carácter experimental. En esa fecha se anunció que el apagón analógico se produciría, en distintos países del mundo, entre los años 2009 y 2020. Plazos que algunos cumplieron y que otros seguramente prolongarán.

Durante más de sesenta años la televisión analógica reinó en el mundo y ahora cede su lugar a una tecnología que, entre otras muchas ventajas, mejorará notablemente la nitidez de las imágenes y posibilitará incontables posibilidades interactivas. Las indecisiones vienen de lejos, ya que durante el segundo mandato de Carlos Menem parecía todo volcado a favor de la norma estadounidense ATSC. Más adelante, en 2006, la carta se dio vuelta y la favorita pasó a ser la norma europea DBV-T —la misma que ya eligieron Uruguay y Colombia— pero eso también pasó. Entre imaginables peleas de intereses y presiones diversas, en este momento la Argentina se alineó con el Brasil de Lula que ya optó por la norma japonesa (con toques locales) ISDB.

Lo cierto es que toda la inversión previa de emisoras y canales se hizo sobre la base de la norma estadounidense. Se calcula que la llegada a la digitalización nativa no ocurriría entre nosotros antes del año 2015.

Esto no quiere decir que no existan transmisiones experimentales en digital. Desde noviembre de 2008 hay programación en alta definición y audio con calidad de CD a través de DirectTV, satelital, o en sistemas de cable como Multicanal y CableVisión por cuatro de sus señales, por un precio diferenciado y un codificador especial.

Cómo transmite la Argentina

Dentro de nuestro territorio tenemos tres formas de transmisión televisiva. Por aire, la llamada televisión abierta, en donde las señales se transportan a través del espectro radioeléctrico y son capturadas por las antenas receptoras del televisor; por cable, en donde las señales transitan por fibras ópticas o cable coaxial, y finalmente una tercera, por satélite, imágenes captadas mediante una antena parabólica doméstica y un decodificador. A la primera manera mencionada se accede gratuitamente; a las otras dos mediante el pago de un canon. Datos técnicos serios y creíbles estiman que la transmisión digital perfecciona la visión a la que estamos acostumbrados en un 33%, y todavía más si se la sintoniza desde un aparato digital, plasma o LCD.

Una de las grandes pujas actuales entre operadores de cable y empresas telefónicas es por quién retiene, primero y mayoritariamente, el negocio del denominado triple play: la oferta de servicios de telefonía de línea, Internet de banda ancha y televisión digital transmitidos en un mismo cable y abonados en una factura única. Una modalidad que asegura nuevas, fidedignas y hasta ahora desconocidas posibilidades de interacción, uso de Internet desde el televisor, selección informativa desde el celular y toda clase de entretenimientos desde la consola de juegos. La empresa Telecentro fue la primera, a partir de abril de 2008, en entrar al mercado con estas posibilidades. En poco tiempo lo continuará el Grupo Clarín a través de sus marcas Fibertel y Flash. En tanto Telefónica, Telecom y Telmex-Claro aguardan una situación legal más favorable, ya que los pliegos originales de negociación de sus actividades y la ley de radiodifusión vigente les impiden meterse en el negocio de la generación de contenidos e imágenes de televisión. El actual establishment televisivo cierra filas fervorosamente para que esta apertura no se concrete.

Cuando los actuales cinco canales de aire sean digitales podrán multiplicar por cinco sus señales, vale decir que de las cinco de hoy las frecuencias llegarán a ser 25. Que podrán ser, como hasta este momento, gratuitas o pagas si deciden codificarlas. Esto será posible, según explica un técnico porque "la TV digital permite comprimir los contenidos, zippearlos y disponer de mayor cantidad de canales... otras señales, igualmente gratuitas llegarán a los celulares".

Bye bye VHS, helio DVR

A fines de mayo de 2009, la empresa estadounidense Distribution Audio Video hizo un anuncio trascendente y cargado de melancolía: acababa de embalar y enviar a destino el último lote de videocasetes, las siempre bien ponderadas cintas VHS (cásete de soporte magnético para uso doméstico que, durante treinta años y desde que lo creara y lanzara al mundo la coi-

poración JVC, acompañó nuestras vidas. La compañía, radicada en el estado de la Florida, es la última que en todo el mundo distribuía el formato. Desplazadas por el DVD, las cajas pasaron a ser piezas de museo. En 2007, el alquiler de VHS sufrió una merma del 55% con respecto a los dos años anteriores. La reducción de la venta directa en el formato fue de un 80% en video clubes y de 66% en quioscos. El fenómeno se entiende al saber la dramática baja de ediciones en VHS en los países de origen y porque en ese 2007 la venta de reproductores hogareños de DVD subió en un 100%. Y, en ese sentido, hasta el grabador digital ya fue desplazado por el novísimo DVR, un equipo con autonomía para almacenar hasta cien horas de televisión que permite grabar, a la vez, el programa que uno está mirando y otros dos, que está habilitado para eliminar las publicidades (cosa que tiene muy en ascuas a los publicitarios) y para proteger a los menores de materiales inconvenientes.

La lucha será en Internet

Los cambios tecnológicos son tan acelerados que cada avance desplaza al otro, en especial en el fascinante y complejo mundo Internet. Según contó Marcelo Stiletano en *La Nación*, los fanáticos de un personaje o de un programa ya no están a la caza de autógrafos. Sencillamente, se encuentran en el ciberespacio, en el territorio común de las redes sociales, formulando comentarios e intercambiando detalles acerca de la pasión compartida.

Se avizora una televisión que no sólo transmitirá en digital sino también en tres dimensiones, y sus imágenes podrán ser miradas sin necesidad de usar los anteojitos rojo-azules imprescindibles para el 3D de la pantalla grande. Los expertos explican que "sentado a cierta distancia del plasma, el televidente verá que los objetos y personas se distancian hasta medio metro de la pantalla. Es estimulante imaginar la visión de un programa de noticias o de un evento deportivo cuyas imágenes fueron tomadas por varias cámaras desde distintos ángulos. Habrá una televisión por aire, por cable, por satélite y también on line. Habrá televisión para elegir. Habrá más televisión que ahora porque estarán disponibles contenidos y temáticas para aparatos convencionales con codificador o plasmas en donde, en cualquier caso, controles remotos ansiosos tendrán en el zapping una manera de fragmentar y hacer estrictamente personal la programación. Habrá televisión para iPod, para teléfonos celulares y para Internet, en donde diversos portales ofrecerán centenares de horas de programas recientes o no. Habrá una televisión más especializada, segmentada y temática, todavía más que ahora que existen canales de información meteorológica y económica de 24 horas, de comidas y de modas, entre otros.

¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta...)

EL JUEGO DE LAS DIFERENCIAS

TELEVISIÓN ANALÓGICA: Sistema de modulación de las ondas hertzianas que ocupa un gran ancho de banda. Las estaciones de TV sólo pueden transmitir un programa a la vez con las señales analógicas.

TELEVISIÓN DIGITAL: Tecnología de señal por aire que posibilita imágenes visiblemente más claras y con mejor calidad de sonido. Hace posible la transmisión de varios programas simultáneos junto con la provisión de distintos servicios interactivos de video y de provisión de datos.

Cosas del nuevo mundo

Casi al mismo tiempo en que empresas globales como Fox, Disney y Sony, entre otras, desarrollaba contenidos para televisión, Internet y celulares, comenzaron en la Argentina experiencias similares. En abril de 2004, Personal TV Móvil instaló el primer servicio de televisión en directo por celular. Mediante la tecnología GSM, ofrecía en directo la señal de Todo Noticias, los noticieros de Canal 13, la ficción *Epitafios* (producida por Pol-ka asociada con HBO), partidos de un torneo de fútbol de verano y especiales musicales como el *Personal Fest*. Lo que se pueda ver en los celulares dependerá del tamaño de la pantalla y también del plan de cada cliente y su incidencia en el costo de las descargas. En 2005, Personal anunció el primer programa de televisión especialmente pensado para celulares. El *Personal Stand Up* consistía en diez monólogos cortos (a cargo de, entre otros, Anita Martínez, Sebastián Wainraich, Pablo Rago, Diego Ripoll, Fabio Alberti) presentados por Matías Martín y preproducidos por su propia productora Fatto in casa. Luego llegó *Dirigime*, una apuesta de ficción (producción de Terra y Movistar, empresas de Telefónica) que se estrenó en 2008 y cuya trama podía ser orientada por el voto de los usuarios, a quienes se denominaban compuvidentes. Al mismo tiempo los capítulos, de seis minutos de duración, se exhibían los lunes por América TV, por lo que se convirtió en el primer contenido original para web que llegaba a disponer de un lugar en la pantalla chica.

De esta clase de novedades impactantes estará colmado el tiempo que se viene y a ellas deberemos adaptarnos. "Las costumbres del televidente suelen ser bastante conservadoras y difícilmente cambien en términos radicales pese a la importancia de las transformaciones tecnológicas", escribía en *La Nación* Marcelo Stiletano citando al especialista finlandés en televisión digital Artur Lugmayr. Prosigue Stiletano: "De la afirmación del experto se desprenden dos consecuencias. Por un lado, la sensación de que por un buen tiempo la pantalla del televisor será irremplazable para cumplir con el sencillo acto de ver televisión; por otro, la certeza de que el avan-

cé tecnológico es irreversible. Lo que se hablaba hace cinco años en torno a la experiencia de ver o hacer televisión ya es materia de historiadores y arqueólogos".

También se puede pensar que el afianzamiento de la televisión del futuro dependerá de muchos otros factores. Desde cómo y cuánto influyan la marcha de las economías globales y locales en los desarrollos de proyectos que son inevitablemente muy costosos a la moda, y el prestigio que estas instalaciones generen; desde cuestiones de derechos al tiempo que se tarde para llenar adecuadamente los vacíos legales y hasta impositivos, diferentes entre un continente y otro, entre un país y otro de la misma región.

Seguramente sobrevendrán cambios importantes y están agazapados a la vuelta de cualquier esquina aguardando su oportunidad de ser considerados. Lo que queda por dilucidar es con cuánta celeridad reaccionará la sociedad argentina ante las flamantes tentaciones. Si lo evaluamos comparando lo que pasó en décadas anteriores cuando llegaron ofertas superadoras de lo anterior, como la televisión color, la videocasetera, el reproductor de DVD y actualmente los plasmas (que cada vez bajan más sus precios y se venden más), la transición hacia las tecnologías que vienen está asegurada. Aunque después de la inversión y cumplidas las cuotas, haya que enfrentar otra temeraria realidad, cuando en la intimidad del hogar, el televidente, con una mano sobre el corazón y los ojos sobre el plasma, se siga quejando por lo poco que hay para ver y diga: "¡Qué desastre la TV! (... pero cómo me gusta)".

Minuto a minuto (lo que quedó en el control remoto)

135 canales ¿y ninguna flor?

En la escala numérica real del 2 al 802 median 800 lugares, pero en la grilla del cable digital se localizan 135 canales. Ese viaje, sólo de ida, mon-

tado en control remoto, dura (calculando una estada mínima de veinte segundos en cada uno) aproximadamente media hora. Para la vuelta hay que calcular otro tanto.

Durante la travesía se va modificando el paisaje televisivo y, cual si fueran pueblos distintos al costado de una autopista, a medida que pulsamos / aparecen (y desaparecen) los diferentes rubros, contenidos y temáticas que completan una muy variada oferta. Cuando todo parece concluido,, a partir (de la frecuencia 900 a la 953 se pueden sintonizar otras estaciones, cuatro de 1 radio (tres pertenecientes al Grupo Clarín y Radio del Plata) y, en especial, j musicales especializadas, de tango a mexicano, de jazz clásico a éxitos de los (70, 80 o 90. La que figura a continuación es la grilla de oferta televisiva, una aventura del 2 al 802, parando en todas. Hay que aclarar que algunos cana- (les no transmiten las 24 horas sino que comparten pantalla con otros y que, • en varios casos, especialmente en horas de la mañana, hay varios que sólo j emiten infomerciales, de la especialidad Llame ahora o Llame ya.

2: América 24 (noticias); 3: 26 TV (noticias); 4: Crónica TV (noticias); 5: C5N (noticias); 6: Encuentro (educativo-cultural, público); 7: CNN en español (noticias); 8: Canal 9 (abierto, interés general); 9: América 2 (abierto, interés general); 10: Telefe (abierto, interés general); 11: Todo Noticias (noticias); 12: Canal 13 (abierto, interés General); 13: Metro (actualidad); 14: Magazine (actualidad y cine); 15: Canal 7 (abierto, interés general, público); 20: Información programación digital; 100: ESPN + (deportivo); **101**: TyC Sports (deportivo); 102: Fox Sports (deportivo); 104: Garage (automovilístico); 105: Golf; 106: Basket de la NBA; 150: TyC Max (fútbol codificado); 151: Turf; 152: Turbo (deportes mecánicos); 153: Speed (deportes sobre ruedas); 200: MGM (películas); 201: Hallmark (películas); 202: Space (películas); 203: Volver (películas argentinas y viejos programas de TV); 204: Cinecanal (pelícu-