

La Más Conflictiva Música: Tinelli, Showmatch y el Pueblo Argentino.

1.

El primer recuerdo de Marcelo Tinelli y de Videomatch que conservo pertenece a mis 7 años. Me quedaba despierto los viernes para ver Grande Pá! y El Gordo y el Flaco (con Gianni Lunadei y Carlos Mesa). Siempre quería aguantarme hasta las 12 para ver Videomatch, que en aquel momento era un programa de bloopers estúpidos donde decían muchas veces “bobelings” o cosas así. Siempre me dormía antes.

Para el segundo, yo ya estaba en quinto grado, corría el año 1995 y era un gordito nerd que estaba leyendo “La Historia Interminable” de Michael Ende. Todos mis compañeros andaban como locos con el CD de Tropimatch y cantaban por los pasillos, en el aula, cuando nos juntábamos a tomar la leche “Marta, sos la número uno / Marta, cuando pueda te vacuno”. Yo la odiaba y ahí nació mi desprecio bienpensante a ese sujeto responsable de esa enorme empresa popular. Por supuesto que ello no me hizo ganar muchos amigos.

En el tercero, estábamos comiendo con amigos en una pizzeria de un barrio periférico de San Miguel de Tucumán, corría el año 2008 y el “Bailando Por Un Sueño” estaba en su etapa más carnosa y salvaje, en donde el gran evento del año eran el Baile del Caño y el Strip Dance. Mis amigos y yo, cineastas e intelectuales, nos burlábamos y hablábamos con sorna y desprecio del programa que transmitían en ese momento, en el cual bailaba algún gatienco olvidado.

El cuarto pertenece el año pasado. Luego de un largo día en el que generalmente terminábamos fundidos, ya viviendo en Buenos Aires y sujetos a su transporte público y sus tiempos, con mi novia nos dedicamos a prender la televisión y ver Showmatch la mayoría de las noches. El programa era / es aburrido, largo, con infinidad de tiempos muertos, pero de alguna manera funcionaba perfectamente para desconectar la mente en esas noches en que solo querías dormir de la manera más absoluta posible.

2.

En este breve recorrido autobiográfico, que quizás algunos de ustedes reconozcan como similar al propio, se resumen dos décadas y media de presencia continua de ese personaje maquiavélico, difícil, genial y odiado que es Marcelo Tinelli. ¿Qué explica esa presencia continua en una televisión local que suele devorar a sus estrellas? O, mejor dicho, ¿que explica su presencia continua sencillamente como Marcelo Tinelli, conductor? ¿Su éxito siendo simplemente una versión de si mismo? ¿Su gran dote carnavalesca de director de orquesta?

Videomatch / Showmatch (a mi entender) tiene cuatro etapas diferenciadas: una primera en la que solamente pasaban bloopers y videos graciosos comentados con un elenco de reidores totalmente odiosos y gritones. Una segunda etapa, que ocupó la inmensa mayoría de los noventas, en la que esos reidores se volvieron cómicos y lo que se puso de moda fue una especie de versión devaluada de Saturday Night Live, si SNL solo se basase en sus personajes más repetitivos. De allí provienen verdaderos destellos de presciencia en la forma, por ejemplo, de ese personaje llamado Riquelme por el jugador que aún hoy desvela a la inmensa fanaticada bostera y la utilización de cámaras ocultas

mucho antes de que la filmación de la vida “real” se volviese el 80% de lo que se transmite en la televisión. Esta etapa es farandulera, chabacana y con un Tinelli decididamente poco seductor, gordo y especializado en la devoración grotesca de comida en cámara. La tercera aglomera a esos años extraños que transcurren entre el 2001 y el 2005 (momento de su pasaje de Telefé, su primera y más fiel emisora a Canal 9). Ellos son recordados, mayormente, por esa parodia feroz al gobierno de De La Rúa que fue Gran Cuñado, emitida durante el año en que ese gobierno finalmente estallaría. Durante estos años lo más exitoso serían las parodias a programas de la televisión locales, en un abandono de la fiesta faraónica que había sostenido el programa durante muchos años, viajando a distintas partes del mundo durante semanas solamente para que algún miembro de su troupe regular le preguntase algo vano a algún famoso. El Videomatch de la crisis y la resurrección es un programa más provinciano, modesto, ombliguista.

La última etapa es la que estamos viviendo actualmente y se inicia en el 2006 con su pasaje a Canal 13 y la incorporación del Bailando Por Un Sueño. Esta etapa es la más monstruosa, gigantesca, controvertida y odiada del programa. Además, pareciera que es la que entró en crisis el año pasado con sus bajas audiencias, su dificultad para competir con una telenovela aburridísima y reaccionaria como “Graduados” y su falta de pantalla (aún) en este año.

Lo que intento graficar con esta breve historia es que la creación de Tinelli es un programa plástico y mutante, cambiante, que se supo acomodar siempre a los tiempos que corrían. Incluso gran parte del odio de cierta izquierda bien pensante al Bailando parece un reproche por su incapacidad para morir en una época de nuevo panorama político en la que (se suponía) las estupideces de Tinelli no tenían lugar. La hipótesis que tengo es la siguiente: Tinelli y su programa son un inmenso e interminable aparato de producción narrativa por todos los medios posibles. Tinelli es el gran ordenador, el maestro de orquestas, el demiurgo con la varita de la notoriedad que también define unos rasgos, una personalidad, unas características de su sujeto elegido. En alguna medida, eso se asemeja bastante a una operación literaria. Tinelli elige, de en medio de todo el elenco que su producción le pone adelante año a año, a un par de sujetos con los cuales percibe que tiene buen rapport y los convierte: “vos vas a ser un custodio humilde que me tiene mucho odio y es muy celoso de su mujer”, “vos vas a ser la nena con un cuerpo de puta madre que es histérica y chillona como ella sola”, “vos vas a ser el tipo que no sabe bailar pero que con carisma y tezón llega lejos”. Obviamente esta operación cuenta con un ida y vuelta en el cual el sujeto también aporta de su personalidad “real”, algo que ayuda además a sostener su presencia en la infinidad de programas satélites que brotan como hongos en la tarde argentina. Y obvio también que hay una serie de estereotipos que se repiten temporada a temporada, necesarios casilleros que hay que llenar. Como los programas de lucha libre norteamericanos (quizás, su mejor comparativa) hay sujetos que son villanos (heels, en la terminología de la lucha libre), héroes (faces), inocentes y estrellas caídas. Tinelli los resalta, los enfrenta y los deja hacer en una competencia romana.

Sin embargo, la lógica del programa indica que los eventos importantes siempre van a suceder dentro del mismo, no en los programas satélites, y que esos eventos importantes siempre van a estar mediados por Tinelli, que conduce como general. Su mano es casi invisible pero no por ello menos importante. En Showmatch (una vez más, como en la lucha libre norteamericana) nunca se termina de saber cuanto es guionado y cuanto es

conflicto real, un filo de la navaja que se maneja usualmente de manera experta, pero que a veces estalla en la cara, situación demostrada más fuertemente en el affaire Alfano-Massera. Como en la lucha libre, la idea es construir personalidades más grandes que la vida y luego soltarlas para que devoren edificios en la televisión y el teatro de revistas.

Es notorio que el elenco que se mueve alrededor de Tinelli intenta aprovechar al máximo su año (o tres meses o seis meses) en el programa como inversión en trabajo a futuro. También es notorio que raramente una personalidad que nació en Showmatch o Videomatch para el público pueda sobrevivir luego de manera independiente. Ahí están los cuerpos desparramados de un millón de cómicos mediocres. Ahí yacen unos cuantos héroes de la clase trabajadora cuya suerte fue estar cerca de la cámara y llamarle la atención al dueño del circo. Es como si el megáfono por el cual eran amplificadas muere y quedan siendo personas comunes y corrientes.

En ese sentido, el megáfono que utiliza Tinelli es la televisión misma. ¿No les llama la atención que sea el único programa que retorna temporada a temporada como las series norteamericanas que tanto amamos? ¿No notan que cada “temporada” tiene una cierta unidad temática, una cierta reacción frente a los eventos de la anterior y, también, a su historia completa desde sus inicios? Además, los dispositivos que utiliza el programa son un resumen de la televisión total: cámaras ocultas, parodias, realities, parodias a realities, competencias, baile, canto, videoclip, periodismo (aunque sea chabacano y consista en viajar al mundial), telenovela, mascotas, publicidad, sexo y violencia. Es un comprimido de televisión al mil por ciento.

Es por ello que es un programa mucho más cambiante y mutante y, sobre todo, interesante (que no quiere decir admirable ni despreciable) de lo que muchos críticos escandalizados han querido pintar. El sexo permitido, por ejemplo, esa construcción de pornstars-que-no-cogen, tiene un lugar en el programa, pero en los últimos años se ha visto inmensamente reducido en pos de un resaltamiento de las cualidades intrínsecas de la competencia. Y además el programa también es una comedia y también es una farsa y también maneja una inmensa dosis de aburrimiento controlado. Si alguna vez lo han visto por completo saben que hay tiempos muertos, discusiones estériles, un continuo pedalearla de Tinelli que parece que no quiere que ningún participante le deje de dar charla y se aleje de su lado. Eso, quizás más que nada, también es la televisión.

3.

Finalmente, llegamos a un punto que genera mucha controversia y condenas y que tiene que ver con el contenido político de Videomatch / Showmatch como programa y de Marcelo Tinelli como persona. En las evaluaciones más comunes, este contenido es acusado de ser reaccionario, conservador y, de alguna forma extraña, de pervertir a las clases menos privilegiadas alimentándolas con entretenimiento de la más baja estofa y retrasando su iluminación y conciencia de clase.

Esta evaluación es, como menos, exagerada. Ni su programa ni Marcelo Tinelli tienen una ideología política explícita y eso es gran parte de su prolongado éxito. Si Videomatch no murió con la muerte del menemismo, como muchos esperaban, es porque realmente nunca perteneció al menemismo más que de una forma superficial y estética. Y como todos sabemos las estéticas se cambian. Era parte de esa fiesta

estúpida, grotesca y sin sentido que era el menemismo, de sus colores chillones, sus viajes al exterior, sus peinados imposibles y sus señoras platinadas y sus políticos tratados como estrellas de cabotaje, pero jamás profirió una adhesión explícita. El menemismo en la cultura y el espectáculo era Gerardo Sofovich y por eso Sofovich murió en notoriedad cuando terminaron los noventas. Si hay algo, sin embargo, que emparenta a Tinelli con el menemismo esto tiene que ver con su costado empresarial, emprendedor, neoliberal: Tinelli erige una empresa inmensamente lucrativa que no tiene ningún tipo de sentido social. Lo único diferente es que no lo hace a costas del poder y la riqueza del estado.

Después, si, es verdad, emprendió una campaña destructora en contra del gobierno de Fernando de la Rúa, pero en el 2001 eso era simplemente sentido común y buen negocio. ¿Qué iban a hacer, exaltar las virtudes del peor gobierno argentino de los últimos 30 años en un país que se caía a pedazos?

Luego, sus relaciones con el kirchnerismo han sido complicadas y a menudo tirantes, siendo el punto álgido el Gran Cuñado del 2009 al que muchos endilgan parte de la responsabilidad del encumbramiento de la figura de De Narvaez, pero acusarlo de la derrota en las legislativas de ese año es evitar ver una realidad que, por otro lado, el kirchnerismo rápidamente revirtió. Además es testimonial de lo efímero de los personajes encumbrados por Tinelli el hecho de que De Narvaez jamás logró volver a ese caudal ni electoral ni de simpatía pública. Este año se suponía que volvían las parodias políticas pero luego de las negociaciones por su pase de Canal 13 (negociaciones que en algún momento se rumorearon que incluían a Cristobal López, uno de los zares de los medios afines al gobierno) ese plan parece haber caducado. Estos momentos de tensión se sucedieron de épocas de simpatía más o menos abierta, como durante todo el 2011.

Al mismo tiempo estos flujos y reflujos van acompañados de la misma mano invisible que Tinelli emplea para lidiar con sus sujetos. Nunca una palabra abiertamente crítica, nunca un enfrentamiento público. Tinelli es un tipo que hace del silencio y el misterio su mejor arma política de permanencia. Si de algo se puede acusar a su criatura televisiva es de su falta de conciencia política, de la reducción de su discurso político a los slogans de la seguridad, la administración y el odio a la corruptela barata, que por otro lado son valores muy propios de la clase media y de un cierto neoliberalismo que decide voluntariamente ignorar las dificultades reales de administrar el estado. Cuando la política irrumpe de forma inescapable, como en el caso Massera-Alfano, el programa y su creador huyen despavoridos, congela a los participantes, dan un volantazo.

Por último, nos debemos detener en aquella acusación de idiotización de sus audiencias, acusación que generalmente equipara estas audiencias con los sectores menos privilegiados. Por un lado, Tinelli es multclasista: lo ven tanto en las villas como en las casas de Recoleta como en las ciudades importantes del interior como la clase media educada que lo hace con distintos grados de ironía o indignación para comentar en Twitter. Por otro lado, ya no se puede hacer solamente una crítica furiosa contra un producto cultural que nos acompaña hace casi 30 años. Hay que intentar entender los internos resortes que lo hacen funcionar. Tinelli es la televisión argentina en su forma más pura y potenciada, es cocaína catódica de primera categoría, capaz siempre de caer parado, de oler la novedad y el cambio y acomodarse en consecuencia. Es su poder, y es un enorme e inmenso poder que radica en algo extrañamente no político y el motivo por

el cual vamos a tener que convivir con él y su monstruo gigante durante mucho tiempo más. Y por el cual alguien que lo odió durante mucho tiempo puede terminar, en el 2012, viéndolo todas las noches antes de ir a dormir y encontrándose fascinado por su operación cultural.