



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Bailando por un sueño : belleza estética y cuerpos sexualizados : un informe de investigación sobre la representación del cuerpo en Bailando por un sueño, un análisis del período 2006-2012

Autores (en el caso de tesis y directores):

Eugenia Constanza Sce

Alina Mazzaferro, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2015

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Carrera de Ciencias de la Comunicación

Tesina de Licenciatura

“Bailando por un sueño: belleza estética y cuerpos sexualizados”

Un informe de investigación sobre la representación del cuerpo en *Bailando por un sueño*, un análisis del período 2006-2012.

Autora: Eugenia Constanza Sce

Tutora: Alina Mazzaferro

OCTUBRE 2015

DATOS PERSONALES

NOMBRE: EUGENIA CONSTANZA SCE.

DNI: 26949214

NACIONALIDAD: ARGENTINA

DIRECCION: ARENALES 1025 12 F ACASSUSO

TELEFONO: 4798-9521

CELULAR: 1556143643

EMAIL: eugeniasce@yahoo.com.ar
eugesce@hotmail.com

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a la Doctora Mirta Varela, docente de esta facultad y titular de cátedra, por orientarme en mi plan de trabajo inicial y contactarme con la docente que finalmente resultaría ser mi tutora. Agradezco enormemente a la Doctora en Ciencias de la Comunicación, Alina Mazzaferro, por aceptar debutar como tutora con mi tesina e interesarse en el proyecto; y por toda la colaboración y paciencia que me brindó desde el primer día.

Quiero agradecer a Javier Corcuera por sus correcciones y por darle una última leída al trabajo. A mi entrañable amiga, la licenciada Cecilia Cáceres Ocampo, que me alentó en todo momento para que siguiera adelante y terminara la investigación. A mi amigo militante, Guido Alvarado, porque siempre estuvo dispuesto a escucharme y a tenderme una mano. A mis amigas Daniela, Evange, Dani y Romina que me apoyaron siempre y colaboraron con lo que estaba a su alcance, tiempo, un espacio donde escribir y hasta un lugar donde mirar el programa.

Agradezco a mi padre que siempre me incentivó para que estudiara y quien tuvo que resignar el control de remoto y privarse de la oferta televisiva del cable para dejarme ver el programa que tenía que analizar. A mi mamá que fue muy paciente y compañera durante este tiempo, a mis hermanas Rocío y Marcela, a mi cuñado Miguel y en especial a mi sobrino Thiago que es la alegría de mi vida.

Índice

Introducción.....	6
Marco teórico.....	9
Planteamiento metodológico.....	18
El cuerpo en la televisión argentina.....	20

Capítulo I - Los antecedentes de *Bailando por un sueño*.

Blackie, reality show e historias de vida, el caso de <i>This is your life?</i>	28
Pipo Mancera: pionero de la pantalla local en los sesenta.....	29
Olmedo: improvisación, humor y vedettes.....	30
Cinco pilares de la televisión: Susana, Mirtha, Tinelli, Pergolini y Suar.....	31

Capítulo II – Análisis del formato televisivo de Showmatch, primera aproximación al objeto de estudio.

Contexto histórico y social del fenómeno de <i>Bailando por un sueño</i>	37
Breve recorrido histórico de <i>Showmatch</i>	40
“ <i>Buenas noches América</i> ”: contrato de lectura en Showmatch.....	42
El imaginario de solidaridad y entretenimiento de Ideas del Sur.....	46
<i>Bailando con las estrellas</i> y su adaptación argentina	47

Capítulo III – Representación del cuerpo en *Bailando por un sueño*.

Cuerpos, cirugías y cabelleras platinadas: esquema de belleza en <i>Showmatch</i>	50
La mujer en primer plano: el cuerpo de la vedette como objeto sexual.....	53
<i>Showmatch</i> , programa que corre los límites de la pornografía.....	55
La danza como una disciplina adaptada al medio televisivo.....	57
La estigmatización del cuerpo: la participación de la piquetera Nina Peloso.....	58
Feos, sucios y torpes: la Mole Moli y la Tota Santillán.....	59
Baile y discapacidad: el caso de Serafín Subirá y Noelia Pompa.....	61

Capítulo IV- El cuerpo político.

El cuerpo político en la era de la televisión.....	64
Gran cuñado y la representación de los políticos.....	66

A modo de conclusión: una belleza hipersexualizada.....	69
--	----

Bibliografía	75
---------------------------	----

Fuentes	77
----------------------	----

INTRODUCCIÓN

La presente tesina pretende dar cuenta de las representaciones corporales en el programa televisivo *Showmatch*, en su segmento *Bailando por un sueño*. Para elaborar este análisis se recurren a las diversas investigaciones que han reflexionado sobre el cuerpo: disciplinas como la antropología, sociología, filosofía y semiología. El objetivo es trazar una línea orientadora, que nos permita hacer una primera observación del corpus y poder dar cuenta de ciertas representaciones del cuerpo que se construyen como hegemónicas en el campo de la televisión argentina. Por consiguiente, el estudio es interdisciplinario y se nutre de diversos abordajes, enfoques teóricos. Como eje de la investigación, se toman las imágenes y los discursos del cuerpo, que emergen como predominantes y relevantes en el programa. Además, este trabajo será atravesado por distintas categorías conceptuales, que proponen algunos pensadores. En ese sentido, el análisis tiene como meta observar las formas propuestas por el programa, para recortar de allí una hipótesis más general. Esta hipótesis sostiene que en la primera década del siglo XXI habría empezado a configurarse un cambio en la sensibilidad, manifestado en la percepción y la representación del cuerpo. En términos generales, esta tesina se detendrá en este período histórico y, desde este punto de partida, la línea interpretativa se centrará en un tipo de abordaje que permita reconstruir parte de la sensibilidad propia de esta década. Para ello se toman en consideración la percepción a través de dimensiones tales como cuerpo, belleza y sexualidad, entendiendo que estas representaciones y saberes se han subordinado tanto a un estado social, como a una visión del mundo. Por eso, asumimos que la imagen corporal característica de un determinado momento histórico, puede ser interpretada como un signo, aunque no como un puro reflejo del contexto que la rodea (Cfr. Barthes, 1957). A través del corpus seleccionado pretendemos dar cuenta de los patrones de belleza y sexualidad que se presentan en esta década.

En el contexto de este trabajo, el corpus de *Bailando por un sueño*, comprendido entre los años 2006-2012, se presenta como indicador de cierta representación de la corporalidad, indicando la forma en que el cuerpo debe ser mostrado y embellecido. En el primer capítulo se ahonda sobre los orígenes de la televisión argentina y, en particular, sobre aquellos géneros que, a la luz del análisis propuesto, se constituyen en antecedentes relevantes para el estudio de

este programa; tales como los *programas ómnibus* y los *reality show*. Otro punto de referencia para nuestro estudio son los *shows musicales*, los *programas juveniles* y los ciclos humorísticos, que incluyen *sketches* con *vedettes* y se caracterizan por mostrar un humor grosero y un lenguaje vulgar. En los capítulos subsiguientes se trabaja sobre los parámetros de belleza que impone el programa, donde la mirada estará centrada en el cuerpo de la mujer, ya que se muestran una gran cantidad de cuerpos femeninos y se desea exaltar el atractivo de los mismos. Por otra parte, en períodos electorales el programa se inclina por trabajar contenidos políticos desde el humor. Para ello la producción pone al aire el sketch *Gran Cuñado* y, por eso, decidimos trabajar también sobre el cuerpo político.

Se verifica que muchas de las figuras estelares que resultan hegemónicas en el programa son femeninas. Dado que en la sociedad actual, la mujer aparece como una persona independiente con múltiples funciones -trabajadora, madre, ama de casa- y que se somete a las exigencias de la moda, decidimos plantear a la belleza como una cuestión que atañe mayoritariamente al género femenino. En el programa son las mujeres las que deciden llevar a cabo distintas prácticas para que su cuerpo sea deseable a pesar del paso del tiempo; por esta razón es que analizaremos los cuerpos televisivos femeninos. Intentaremos dar cuenta de los mandatos sociales y estereotipos de belleza que propone este ciclo. De este modo, nos abocamos principalmente al estudio de los registros visuales de las mujeres, que son los que condensan mayor significación en el ciclo y funcionan como modelos de identificación femenina.

Intentaremos trabajar sobre los parámetros estéticos que *Showmatch* ha planteado para interpretar el universo de contenidos, representaciones y formas corporales del lapso temporal comprendido entre 2006 y 2012. Procuraremos analizar el cuerpo, entendido como un lugar estratégico de pasaje y concentración de relaciones de poder particularmente denso (Foucault, 1976), que varía en su representación y propone un modelo legitimado de corporalidad y sexualidad. La propuesta es analizar qué imágenes dominan la pantalla televisiva y se postulan como referentes de buen gusto, belleza y elegancia. A la vez, también repararemos en aquellas imágenes corporales, que resulten significativas desde el punto de vista de lo humorístico, o su incorporación resulte novedosa por su habitus de clase o rareza, como en el caso de Nina Peloso, la primera “piquetera” que participó del concurso. En el último capítulo, abordaremos el cuerpo político y el recurso de la parodia; la forma en que la clase política sigue los modelos

pautados por los programas de entretenimiento y la farándula. Los puntos anteriormente citados van a ser relevantes a los fines de una hipótesis más abarcadora, la cual sostiene que a partir de los cambios en la sensibilidad de dicha época se impulsó un nuevo estilo de televisión representado en *Showmatch*.

MARCO TEÓRICO

Perspectiva antropológica sobre el cuerpo

Las primeras investigaciones del cuerpo surgieron de los antropólogos Marcel Mauss y Edward Hall. Mauss plantea que la cultura da forma al cuerpo y describe en detalle lo que él denomina las técnicas corporales, que son el modo en que los seres humanos aprenden a usar su cuerpo de una sociedad a otra y logran la socialización en la cultura. En un escrito de 1921, *La expresión obligatoria de los sentimientos*, explica que los sentimientos no forman parte de una psicología individual, sino que se manifiestan en el cuerpo y son construcciones sociales, que se imponen a todos los miembros de una sociedad en una situación moral dada:

“No solamente el llanto, sino que todo tipo de expresión oral de los sentimientos, no son esencialmente fenómenos exclusivamente psicológicos o fisiológicos, sino sociales marcados eminentemente con el signo de la falta de espontaneidad y de la más perfecta obligación” (Le Breton, 2011 [1992]).

Mauss fue el primero en introducir el concepto de *habitus* en el campo de la antropología; luego Pierre Bourdieu retomó este concepto para trabajarlo desde la sociología.

Edward Hall, perteneciente a la Escuela de Palo Alto, trabajó de manera temprana la distancia medible entre los cuerpos que interaccionan entre sí. A esta disciplina la denominó *proxémica*. Este concepto hace referencia a la percepción que el individuo tiene de su propio espacio: social y de intimidad. Da cuenta de diferentes distancias: personal, social y pública. Este autor señala que el comportamiento proxémico está condicionado culturalmente y es arbitrario. La forma en que practican la proxemia las sociedades europeas y norteamericanas difiere de otras partes del mundo (Hall, 1971).

Según Bryan Turner, la antropología desarrolló una teoría del cuerpo. En las sociedades premodernas éste es una superficie importante, donde las marcas de condición social, posición familiar, afiliación tribal, edad, sexo y condición religiosa pueden exponerse fácil y públicamente. El uso del simbolismo del cuerpo puede asociarse también al hecho de que en las sociedades premodernas las diferencias de condición eran más rígidas y obvias.

La mirada filosófica sobre lo corporal

Durante mucho tiempo prevalecieron tradiciones filosóficas, donde los debates sobre el cuerpo se dirimían entre la separación entre cuerpo y alma, como un par opuesto, escindido. Esta visión dominaba todas las discusiones en torno del ser. Dentro del pensamiento cartesiano, cuerpo y alma eran dos sustancias totalmente divididas, con procesos distintos y modelos explicativos diferentes. El *dualismo cartesiano* privilegiaba el polo espiritual por encima del corporal; lo racional es una categoría del alma, y por lo tanto, independiente del cuerpo. Descartes concebía el cuerpo como algo extenso y no pensante, donde lo único válido era la esencia. Es decir, no existía nada en el ser que no fuera pensante e inextenso. Por lo tanto, el ser se manifestaba a través del alma (Descartes, 1970: 70).

Desde la corriente de la Fenomenología, Merleau Ponty rompió con la ilusión dualista cuerpo-mente, que implicaba pensar estas categorías como dos entidades separadas, tal como sustentaba el razonamiento cartesiano, sino que se encontraba en el plano opuesto. Para el autor, el sujeto pensante debía estar fundado sobre el sujeto encarnado (Merleau Ponty, 2003: 213) de este modo, estaría situado físicamente en tiempo y espacio. Según su exposición, conocemos a través del cuerpo; el hombre estaría arrojado en la naturaleza, pero también en un mundo social y cultural que lo envuelve. El cuerpo es un espacio no sólo natural, sino simbólico, donde el otro se nos da a través del cuerpo. En sus palabras: “Los otros hombres jamás son para mí puro espíritu: sólo los conozco a través de sus miradas, sus gestos, sus palabras, en resumen a través del cuerpo” (Merleau Ponty, 2002:48). En definitiva, de acuerdo a su enfoque, conocemos al otro a través de la corporalidad, pero también porque nosotros tenemos un cuerpo y vivimos dentro de él. La percepción juega un rol fundamental, como vía de conocimiento y acceso al mundo.

Marx y el cuerpo

Marx no aborda de manera explícita la corporalidad, sino que da cuenta del cuerpo del proletariado, como lugar donde reside la fuerza de trabajo. Sus estudios se constituyen como el antecedente de un enfoque sociológico sobre el cuerpo. Para su línea de pensamiento la

corporeidad no implica un objeto de estudio en sí, sino que está subordinada a la problemática de la clase obrera durante la revolución industrial: el entorno, sus condiciones de existencia, su situación de vivienda, hacinamiento, salud, sexualidad y alimentación.

Psicoanálisis

Desde el plano del psicoanálisis, Freud puso en evidencia que el cuerpo era maleable. Esto se demostraba en la manifestación del inconsciente en el cuerpo del hombre; su perspectiva anti-organicista, contrapuesta a la teoría de Durkheim, permite pensar la corporeidad como fruto de las relaciones sociales e inflexiones de la historia personal del sujeto (Le Breton, 2011 [1992]).

La sociología del cuerpo

Desde la sociología funcionalista y desde la postura organicista de Emile Durkheim, el cuerpo es un factor de individuación. Este autor retoma el principio de individuación por la materia, que proviene de la tradición cristiana. El hombre se separa del otro, de la naturaleza a partir de su cuerpo. Para este autor, la corporeidad queda encerrada en el campo de la organicidad; la dimensión corporal del hombre se origina en ella aún cuando esté marcada por las condiciones de existencia.

George Simmel tiene una vital importancia en la sociología del cuerpo y las emociones, y en los estudios de la cultura. Desarrolló una sociología del cuerpo detallista con los trabajos sobre la sensorialidad, el rostro (1907) y la mirada (1901). En otro estudio contrapone la individuación, la vida urbana y los usos tempo-espaciales. Sostiene que estos fenómenos se produjeron por la modernidad industrial y las transformaciones tecnológicas y económicas en la etapa capitalista de la sociedad de la información. En su libro *Metrópolis y Vida Mental* (1903), dio cuenta de esto, aunque fue criticado por su falta de rigurosidad como sociólogo y la ausencia de un análisis de clases.

Los estudios de la sociología de la historia, realizados por Norbert Elías en *La sociedad cortesana* (1939) y *El proceso de la civilización* (1982), contribuyeron a reconstruir una genealogía de los comportamientos externos del cuerpo, que recuerdan el carácter social y cultural de las conductas más triviales de la vida cotidiana. El análisis de Norbert Elías es importante para dar cuenta de la incorporación de ciertas prácticas, el uso de los buenos modales y la internalización de ciertos códigos, que parecen naturales o que proceden del orden de lo biológico, pero fueron adquiridos por generaciones anteriores: una batería de normas, que recaen sobre el manejo del cuerpo y son incorporadas al conjunto de la sociedad. El autor menciona el proceso civilizatorio como aquel que se originó en la Edad Media y aún no ha terminado, porque continúa hasta nuestros días. Este proceso no es lineal, sino que implica avances y retrocesos y supone la transformación del comportamiento y de la sensibilidad humana hacia una dirección determinada, pero no de una forma racional y consciente:

“En principio son las personas situadas más alto en la jerarquía social, las que de una u otra forma, exigen una regulación más exacta de los impulsos, así como la represión de éstos y la continencia en los afectos. (...) Sólo bastante más tarde, cuando las clases burguesas se convirtieron en clases altas, en clase dominante, pasó la familia a ser el centro único o, mejor dicho, el centro primario y dominante de la represión de los impulsos” (Elías, 1987: 179).

En este proyecto de investigación entendemos al cuerpo tal como lo define Le Breton (2011[1992]): el punto de imputación del campo simbólico. Es decir, como el fundamento de las prácticas y mediador de la presencia humana; como el lugar de cruce de todas las instancias de la cultura. De este modo, la representación que se hace del cuerpo es una realidad que puede variar de una sociedad a otra. Partiendo de ese punto, las definiciones en torno al cuerpo pueden ser estudiadas como un elemento del imaginario social: la relación del hombre con su cuerpo y la definición de los constituyentes del mismo son datos que pertenecen al orden de la cultura y, por lo tanto, son variables (Le Breton, 2011 [1992]). En dos de sus obras, *Antropología del cuerpo y la modernidad* y *La sociología del cuerpo*, el autor manifiesta su visión sobre la corporalidad moderna en una sociedad individualista y la distingue de la noción de cuerpo que prevalecía en las comunidades tradicionales. Priorizamos un análisis de la corporalidad, que pertenece al campo de la sociología de la cultura, donde dirigimos nuestro enfoque hacia una dimensión de lo simbólico-cultural.

Le Breton se inscribe dentro de la vertiente del Interaccionismo Simbólico, heredero de la Escuela de Chicago. Su visión del cuerpo implica pensar la corporalidad como esa materia

simbólica que le permite al sujeto dar cuenta de su experiencia en el mundo a través de sus actividades perceptivas; pero también es la expresión de los sentimientos, de las convenciones y los ritos; del sufrimiento y el dolor. De acuerdo a su pensamiento, el cuerpo y su lógica de interacciones y gestos es estrictamente social, donde cada expresión corporal del sujeto es entendida dentro de una comunidad determinada; donde ninguna sensación es natural, ni tiene sentido en sí misma, sino a partir de la simbología que pertenece a una colectividad dada. La corriente del *Interaccionismo Simbólico* sostiene que son los individuos los que construyen el sentido del mundo en el que viven y el contexto previo. Las personas actúan sobre los objetos de su mundo e interactúan con otros a partir de los significados que los objetos y los seres humanos tienen para ellas. Es decir, a partir de los símbolos. Sin embargo, para nuestro análisis es necesario recurrir a la visión de otros autores, que tienen en cuenta la determinación de clases. En la perspectiva de Le Breton no tenemos esa posibilidad, porque este autor no cree que exista una cultura de clase, ni un *habitus*. Esto es algo impensable para el análisis de la cultura y el estudio de los fenómenos sociales en Latinoamérica. Por lo tanto, recurrimos a autores como Pierre Bourdieu, con su aporte del concepto de *habitus* y a Michel Foucault, que desde la microfísica del poder, aportan elementos útiles para nuestra investigación.

Desde la corriente del Estructuralismo Pierre Bourdieu señala que la corporalidad está estrechamente relacionada con la interiorización de este *habitus* por parte de un agente. El *habitus* es un conjunto de representaciones y comportamientos ligados a una posición de clase, a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él. En este esquema las condiciones de existencia asociadas a una clase particular producen *habitus*, disposiciones *duraderas y transferibles*, estructuras *estructuradas y estructurantes*, que pueden funcionar como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden adaptarse a una meta, sin suponer de manera consciente, el propósito de ciertos fines (Bourdieu, 2010 [1980]):

“Todo permite suponer, en particular que las determinaciones sociales ligadas a una posición social determinada en un espacio social tienden a modelar, a través de la relación con el propio cuerpo, las disposiciones constitutivas de la identidad sexual (como la marcha, la manera de hablar, etc.) y, sin duda también, las disposiciones sexuales mismas” (Bourdieu, 2010:115).

Michel Foucault pone de relieve la relación del poder y el cuerpo, el control político sobre lo corporal; sostiene que en los siglos XVII y XVIII se motorizan disciplinas como fórmulas de dominación, que tienen como finalidad someter y hacer de los sujetos cuerpos dóciles.

Encuentra estos mecanismos en las instituciones disciplinarias: primeramente lo descubre en el establecimiento carcelario y luego también en las escuelas, hospitales y el ejército. En estos lugares se ejerce un control de la actividad de los individuos a través de la minuciosa organización de la corporeidad. En *Historia de la sexualidad, la voluntad de saber*, el autor afirma que hasta el siglo XVII los códigos de lo grosero, lo obsceno y lo indecente eran comunes y no se buscaba ocultar las prácticas; las transgresiones eran visibles y se exhibían anatomías sin problemas. En la era de la burguesía victoriana, la sexualidad fue encerrada y absorbida por la familia conyugal, se estableció un silencio en torno a ella y quedó recluida al espacio íntimo de la pareja. Foucault hablaba del dispositivo de la sexualidad, cuyo poder sobre el sexo se ejercía en todos los niveles: del Estado a la familia, del príncipe al padre. Analizó el control político que se ejerce sobre la corporalidad, donde era fundamental para llevarlo a cabo el rol de ciertas tecnologías de poder, como la biopolítica, el poder que se ejerce sobre la población y la vida (control de natalidad) y la anatomopolítica, que se ejerce sobre el cuerpo humano y el trabajo, por ejemplo.

Cuando planteamos el estudio desde la perspectiva de la sociología del cuerpo lo hacemos articulándolo también con una antropología de la pornografía (Arcand, 1991), teniendo en cuenta el modo en que el programa ha instalado un debate en torno a lo que es televisable, provocando un corrimiento de los límites de la pornografía.

Entendemos el concepto de moda, tal como la desarrolla Entwistle, como un sistema abstracto que determina el vestir e influye en la experiencia del vestir entre otros factores que también la estructuran, como el sexo, la clase social y la tradición. Según Bryan Turner (1985) en su libro *El cuerpo y la sociedad: exploraciones de una teoría social*, habría una evidencia sobresaliente en los seres humanos: estos tienen un cuerpo y son un cuerpo. Es decir, el cuerpo constituye el entorno del yo. Entwistle, agrega como evidencia palpable, que esos cuerpos son siempre cuerpos vestidos. El mundo social es un universo de cuerpos vestidos. Vestir el cuerpo, embellecerlo, ponerle adornos, tatuajes y cosméticos es común a todas las culturas humanas. La ropa y los adornos son la forma en que los cuerpos se vuelven sociales y adquieren sentido e identidad; el acto de vestirse prepara el cuerpo para el mundo social, para que sea aceptado, respetado y deseable (Entwistle, 2000).

La sociología del cuerpo en América Latina.

Al principio fue la semiótica la que reparo en el cuerpo. Un antecedente importante en las investigaciones sobre el cuerpo, es el trabajo de Oscar Traversa, quien rastrea las figuraciones corporales femeninas en el discurso gráfico publicitario, en el lapso temporal 1914-1940. Más recientemente Adrián Scribano, junto a otros colectivos de investigación nucleados en Red Latinoamericana de Estudios Sociales sobre las emociones y los cuerpos, trabajan el cuerpo como un locus del conflicto. A través de esta línea de pensamiento se busca observar las formas de estructuración que asume el capital en nuestra región, interrogadas desde materialidad de cuerpos y de subjetividades en transformación (Figari y Scribano, 2009). En *Teoría Social, Cuerpos y Emociones* (2013), Scribano plantea un estudio del cuerpo y las emociones en Latinoamérica y postula que en la teoría de Marx se pueden encontrar elementos para un análisis de las emociones y del cuerpo, que éste atraviesado por las relaciones de producción y la estructuración social. Por lo tanto, desde este enfoque de la dimensión corporal se pone énfasis en la importancia de las relaciones de dominación capitalista y en la distribución geopolítica de la vulnerabilidad corporal.

Flavio Borghi (2009) plantea una geometría corporal que opera en dos direcciones: una en relación a un cuerpo imagen, al que todos suelen aspirar, una estética corporal que se impone como un cuerpo- mercancía, objeto de la publicidad y modelo de un tiempo histórico. La otra dirección está relacionada con la ausencia de la imagen, aquellos cuerpos que son excluidos de las imágenes de la televisión, son invisibilizados y son olvidados también en las estrategias políticas.

María Eugenia Boito (2012) trabaja sobre las clases subalternas de jóvenes del conurbano bonaerense que aparecen representadas de manera estigmatizada en registros televisivos. Propone la noción de “crueldad de clase”, que tiene que ver con la forma que el medio televisivo y, en particular, el programa *Policías en Acción* en ese juego de ficción/no ficción presenta y delimita espacios sociales, sujetos y formas de conocimiento-reconocimiento de la otredad de clase.

Teorías del espectáculo y estudios sobre televisión.

Para dar cuenta de este objeto cultural elegimos la definición de espectáculo que propone Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, donde esta categoría reviste un carácter puramente social, es un reflejo de la sociedad, forma parte integrante de ella y se constituye como instrumento de unificación (Débord, 2012 [1967]). El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes, por lo tanto las imágenes son mediadoras entre los sujetos. Y afirma que este tipo de relaciones son dominantes en la vida social. En sus palabras:

“Toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente ahora se aleja en una representación” (Débord, 1967: 32).

El espectáculo invade la vida, y la vida reproduce el espectáculo; donde ya no es posible diferenciar la vida social de las formas espectaculares y donde prima el sentido de la vista por excelencia. Otra reflexión sobre el espectáculo es la que propone Jesús González Requena, que recupera del psicoanálisis la noción de *identificación imaginaria*, para dar cuenta de la relación espectacular. El *yo del sujeto* nace sobre el modelo de la imagen del otro, este “otro” es aquello que se desea. Este autor sostiene que en el espectáculo hay un una actividad o un cuerpo que se exhibe y un sujeto que lo contempla. De este modo, el sentido de la vista sería imprescindible para la relación espectacular. El objeto mirado (en este caso el cuerpo de la vedette) se convierte en objeto de deseo. Por lo tanto, la mirada del otro sería lo más importante.

En cuanto al soporte, podemos agregar que de todos los medios masivos de comunicación imperantes, la televisión es la que ha sido asimilada mayoritariamente por la familia e incorporada en la cotidianeidad del hogar. De esta manera, este medio tiene una función puramente espectacular y encuentra en la familia uno de los espacios claves de lectura y codificación (Barbero, 1987:235). La televisión cuenta con dos dispositivos claves: *la simulación de contacto y la retórica del directo*. La primera está vinculada con los mecanismos mediante los cuales la televisión especifica su modo de comunicación, organizándola sobre el eje de la función fática que menciona Jakobson (Barbero, 1987). Para hablar del *directo televisivo*, es pertinente el análisis de Mario Carlón, quien sostiene que este dispositivo es una

técnica de lo real. En el *directo*, al igual que en el grabado, hay una operación de montaje. En el caso del montaje del *directo televisivo*, no se trata de una exposición fiel de lo que está ocurriendo, sino que hay elecciones de encuadre, por consiguiente, el montaje es improvisado y el discurso se construye a medida que el tiempo transcurre: se desconoce lo que va a venir. Por lo tanto, su operatoria es paradigmática.

Jean Baudrillard plantea la idea de simulacro como fenómeno que atraviesa a las sociedades contemporáneas y que se caracteriza por la hiperrealidad, la simulación y la confusión entre signo y sentido. El signo elimina al sentido. La hiperrealidad se manifiesta como un fenómeno definitorio, que surge de la simulación que lleva a la anulación de su objeto por su reflejo (Baudrillard, 1978). Este autor será necesario para nuestro análisis debido que encontramos que este fenómeno de la hiperrealidad se percibe en las distintas transmisiones (1978:84).

Debido a que nuestra investigación es multidisciplinaria, es que trabajamos con aportes de la sociología, antropología semiología y filosofía. Además de incorporar los estudios en políticas de la comunicación e historia de los medios.

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO GENERAL

Esta investigación se detendrá en el período 2006-2012, para dar cuenta de los cambios en la sensibilidad durante esa época; y se presenta como un estudio cultural crítico de la televisión argentina. Para ello se observaron programas de *Bailando por un sueño* durante ese lapso temporal y se hizo un análisis en sincronía para dar cuenta de las representaciones corporales. El programa exhibe mayoritariamente cuerpos femeninos. Por lo tanto, en el trabajo se le dio mayor atención a estos cuerpos y se le dedicó un apartado especial a la corporalidad masculina. Para emprender esta tarea se tomaron programas que resultaron emblemáticos o novedosas, ya que no se podían analizar todos los programas de esos seis años, debido a que hubiera sido imposible por cuestiones de extensión, de tiempo y de archivo. De este modo, se eligieron los primeros programas de cada año, las galas de eliminación, las emisiones donde hubo una incorporación novedosa al concurso, como fue la participación de la militante social y piquetera Nina Peloso. Su presencia constituyó un caso excepcional dentro del universo de vedettes y bailarinas que participaron del ciclo. Por último, analizaremos el segmento *Gran Cuñado*. El recorte incluye programas desde el 2006, año en que se inicia el ciclo, porque es uno de los fenómenos televisivos más exitosos de los últimos tiempos y logró posicionarse como un producto de entretenimiento familiar. Por lo tanto, fue significativo analizar las representaciones corporales que allí se presentaron.

La línea metodológica empleada fue analizar programas que se emitieron desde que comenzó el ciclo para tener una visión global y no sesgada sobre este fenómeno televisivo. Luego sí nos detuvimos en algunos casos emblemáticos y los analizamos de manera exhaustiva. La pretensión era hacer un análisis en sincronía para dar cuenta de las representaciones del cuerpo a través de imágenes y discursos en estos años en “*Bailando por un sueño*”. Por lo tanto, como decíamos anteriormente, si bien el corte fue sincrónico, también hicimos foco sobre las transformaciones del cuerpo, lo que implica una mirada diacrónica. El análisis se estructuró sobre tres ejes temáticos fundamentales, que surgieron de lo que se observó en el programa en cuanto al tratamiento de la corporalidad:

-El cuerpo femenino cosificado.

-El cuerpo deforme, extraño o discapacitado.

-El cuerpo político.

Teniendo en cuenta el contexto histórico en el cual se emitió dicho programa, se recuperaron para el análisis emisiones de *Bailando por un sueño* desde que se inició, ya que su incursión en el año 2006 por Canal 13 provocó un punto de inflexión en la grilla televisiva. Este producto logró vencer por dos puntos de rating a su principal competidor, la telenovela Montecristo (Canal 11, 2006), versión de la novela de Alejandro Dumas, adaptada a los años de plomo de la dictadura en la Argentina y la problemática de Derechos Humanos.

A los fines del recorte temático y como el objetivo era priorizar la presencia del cuerpo, se decidió trabajar sobre el segmento *Bailando por un sueño* y no sobre los otros, porque considerábamos que había una mayor exposición corporal, aunque en *Cantando por un sueño* también había un cuerpo que aparecía expuesto y la voz formaba parte de la corporalidad. Sin embargo, elegimos la primera opción, porque allí predominaba la exhibición de las formas del cuerpo y también nos brindaba más elementos para reflexionar sobre él y sus movimientos. Por consiguiente, el cuerpo que mostraba el programa actuaba como indicador de los patrones de belleza televisivos. Era relevante también esta elección por la mirada que ofrecía el jurado, quien emitía un discurso o juicio sobre el cuerpo de los bailarines, que fue importante analizar a lo largo de este trabajo.

A la luz de las distintas teorías en relación al cuerpo, se intentan dar respuestas tentativas a distintas problemáticas surgidas en el interior de este corpus tales como: ¿Cuáles son los cambios que se produjeron en la sensibilidad corporal en la década y qué discursos circulan en relación al imaginario corporal que propone *Showmatch*? ¿Cuáles son las transformaciones en la representación del cuerpo desde que se inició el programa?, ¿Qué patrones de belleza y sexualidad instala la televisión? ¿Qué imaginarios sociales circulan en torno a la mujer? ¿Qué influencia tienen las transformaciones político-sociales y culturales de la década en el nacimiento de un nuevo tipo de televisión representada en *Showmatch*?

El cuerpo en la televisión argentina

Antes de comenzar nuestro análisis del cuerpo es menester indagar sobre las representaciones corporales que adquirieron visibilidad en la pantalla durante períodos históricos anteriores. Por eso, nos remitimos a los comienzos de la televisión para enunciar ciertas apariciones corporales novedosas, que nos permiten dar cuenta de la forma de actuar ante las cámaras y los patrones de belleza que existían en cada época.

En los inicios de la televisión argentina, durante la década del cincuenta, el medio atravesaba un período de tipo experimental, había cierta precariedad en la transmisión, la programación era escasa y había pocos aparatos receptores (Cfr. Mastrini, Varela, 2005). La grilla de programación era simple o se reducía a actos políticos, discursos de Perón y Evita o imágenes donde se mostraban distintos eventos deportivos, artísticos o musicales. Uno de los obstáculos con los que se encontraba el medio para expandirse era la falta de aparatos receptores y el financiamiento. En principio se entregaban de manera gratuita con la intención de que estuviera en la casa durante el fin de semana, cuando se juntaba toda la familia. De esta manera, atrapaba a los niños, a las mujeres y, con el fútbol, a los hombres. Durante la presidencia de Domingo Perón, el gobierno controlaba las tres cadenas: Belgrano, Splendid y El Mundo; la primera de ellas incluía la única emisora de televisión (Canal 7). Los antiguos propietarios pasaron de ser dueños a directores o administradores. En 1953 se sancionó la Ley N° 14241 de Servicios de Radiodifusión, luego a través de la firma de un decreto se abrió un llamado para la licitación pública de licencias de radio y televisión. Se concedieron así licencias para la instalación, funcionamiento y explotación de las tres redes licitadas de radio y televisión. El sistema de radiodifusión se caracterizaba como “paraestatal”: todo se desarrollaba con el direccionamiento del gobierno incluyendo el control de sus contenidos, quienes generaban esos contenidos eran próximos al gobierno de Perón (Arribá, 2005).

Luego de la caída del peronismo, el gobierno de facto, mediante el decreto 170/55, anuló esas adjudicaciones con el pretexto de que no se habían respetado los tiempos que la ley indicaba. Se sancionó una nueva Ley de Radiodifusión, 15460/57, esta establecía: la privatización de los medios de radiodifusión, se impedía la formación de cadenas y se prohibía la participación de capital extranjero. De este modo, durante el gobierno de Aramburu se otorgaron licencias para instalar canales de televisión a las empresas CADETE, DICON y Río

de la Plata TV (1958). La empresa DICON, administradora de Canal 11, se formó alrededor de la figura de Héctor Grandinetti; la empresa CADETE obtuvo la licencia de Canal 9 y era encabezada por Kurt Lowe; Río de la Plata TV, adjudicataria de Canal 13, surgió a partir de un acuerdo de figuras de la Unión Cívica Radical del Pueblo y sectores de la aristocracia agroexportadora. Ninguno de los adjudicatarios tenía vínculos con el peronismo; la iniciativa del gobierno militar era consolidar un sistema televisivo antiperonista.

El boom de la televisión se dio en la década de los sesenta, cuando su uso se expandió y fue asimilada en el ámbito doméstico como un electrodoméstico más. Es así que este período marcó la etapa fundacional de la televisión privada y comercial. La televisión argentina se convirtió en el medio hegemónico a partir de las licitaciones de los canales privados de 1958, la estabilización de la grilla y la ampliación del horario de transmisión (Varela, 2005). En esta etapa se generó una modernización, hubo mayor oferta de programación, se masificó la tenencia de aparatos receptores de televisión, lo cual redundó en la consolidación de un mercado publicitario fuerte, fundamental para el financiamiento por esa vía y para el desarrollo de esa actividad (Cfr. Varela, Mastrini y Bulla, 2005). La burguesía nacional no podía afrontar los altos costos de producción de esta industria; por lo tanto, consolidó nexos con la CBS, NBC y BBC (Cfr. Graziano, 1974). A través de las productoras lograron sortear las trabas legales para la vinculación con cadenas internacionales. Entre los años 1965 y 1971 se produjo la desvinculación de las cadenas extranjeras.

El proceso de modernización que experimentó la televisión en esos años estaba relacionado con la introducción de capitales norteamericanos y con una fuerte ruptura con los criterios de administración y producción existentes. En 1958, Goar Mestre, director de Canal 13, creó Proartel e impulsó una suerte de escuela de iluminadores y camarógrafos y los fue a buscar al Instituto Otto Krause. Una de sus disposiciones era romper con los parámetros técnicos, estéticos y de producción de Canal 7. Nadie que hubiera trabajado en televisión hasta ese entonces, iba a ser contratado por Canal 13. Con su llegada se cambiaron los malos hábitos de la televisión, como por ejemplo: que no se respetara el horario de inicio y de finalización de un programa, y por lo tanto, se empezaba a una hora determinada y se terminaba en el horario pautado (Varela, 2005). En síntesis, durante los sesenta, se construyó una estética televisiva, se modernizaron las formas, se transformaron los modos de producción y se ampliaron los horarios de transmisión. Por otra parte, se estabilizaron las grillas, y se asoció un horario a un

programa o un género; se consolidó la organización en función de los géneros televisivos con el fin de divertir y la programación familiar ocupó los horarios diurnos.

En relación al cuerpo femenino televisivo y a la belleza corporal, podemos aseverar que los modelos profesionales, tal como los conocemos hoy, no existían hasta que aparecieron en televisión, como lo resume Bibi Etcheto en 1952, conductora de *Modas en TV*, programa que duró ocho temporadas: “en ese momento no había modelos sólo unas señoras grandes que no servían para la televisión, entonces convoque algunas ex-compañeras del secundario más otras muchachas monas que encontré, y así formamos un plantel exclusivo de mannequins” (Ulanovsky, Itkin, Sirvén; 2006: 45).

Jean Cartier también fue uno de los primeros en hacer desfiles de moda por televisión. En estos testimonios podemos dar cuenta que la televisión le otorgaba a la juventud un valor supremo, al igual que a la belleza estética: en definitiva, el medio no brindaba espacio para señoras maduras, sino que se buscaba un patrón de belleza, que estaba íntimamente vinculado con la delgadez, la elegancia y la juventud.

Otro género importante para nuestro análisis es el de los *shows musicales*, que comenzaron a ocupar un lugar importante en la televisión argentina en los años cincuenta; programas como *Tropicana Club* (1952). Este recreaba el clima de las boîtes, del night club y del teatro de revistas, donde se mantenían las reservas necesarias para que pudiera ser mostrado en televisión. La idea era llevar el Maipo a la pantalla televisiva: escaleras, luces en movimiento, escenografías con mesas, orquestas en vivo y ropas con lentejuelas (Ulanovsky, Itkin y Sirvén; 2006). Su realizador Jorge Sueldo Piñeiro, dueño de Naicó Propagandas, había traído la idea del famoso show musical del *Tropicana* en Cuba. En el primer año participaron artistas de primera línea, como Carmen Cavallaro, Teddy Reno, Antonio Prieto; el programa no tenía una duración fija y si al director le gustaba lo que sucedía, el show continuaba y se extendía entre treinta y cuarenta minutos.

En 1958 se lanzaron los primeros programas musicales juveniles como *La juventud pide ritmo* o *Aquí la juventud*. Sin embargo, recién entrados los años sesenta se lanzaron los ciclos que dieron forma definitiva al género, como *Escala Musical* (Canal 13, 1961) y *El Club del clan* (Canal 13, 1962), que se emitía en vivo (Varela, 2005). Estas producciones eran las que llevaban la delantera, con la incorporación de público en la tribuna, una estética juvenil y un espacio televisivo, donde los cantantes eran grandes ídolos populares. Con *El Club de Clan*

(Canal 13, 1962) se produjo la irrupción más importante de jóvenes en la pantalla, apoyados en modelos extranjeros, pero con interpretaciones en castellano. Se destacaban Violeta Rivas, Johnny Tedesco, Chico Novarro, Lalo Fransen, Raúl Lavié, Nicky Jones y especialmente Palito Ortega. *Escala Musical* fue anterior al *Club del Clan*; fue un éxito cuando presentó a Chubby Checker. Otros ciclos exitosos que anticiparon *Club del Clan* fueron *Ritmo y Juventud* (Canal 11, 1962), *Swing, Juventud y Fantasía* (Canal 7, 1961) y *La Ola Intermedia* (Canal 13, 1961); (Ulanovsky, Itkin y Sirven; 2006). La música del *Club del Clan* tenía que ver con la primera etapa de la cultura del rock (1962), que proponía jóvenes risueños y de clase media; a esta música se la denominaba “beat”. La segunda etapa (entre 1965-1967) era la del rock progresivo, que confrontaba con la primera. La música “beat” seguía las directivas de las discográficas; los grupos de rock los denominaban comerciales y complacientes reservándose para ellos el nombre de música progresiva (Manzano y Pascualini, 2000). En su estudio sobre el surgimiento de la nueva ola entre fines de los '50 y mediados de los '60, Valeria Manzano hace referencia al impacto de los nuevos géneros musicales en la sociedad argentina, especialmente del rock y del twist. El baile y el movimiento aparecen en el centro de la escena. De acuerdo con la autora, la danza al ritmo del rock protagonizada por los jóvenes produjo reacciones que variaron entre la aceptación y el rechazo público; lo mismo sucedió con el twist en los '60. Preocupaba la exhibición de una sexualidad juvenil, lo que generaba debates morales en los medios gráficos (Manzano, 2010).

Mirta Varela señala que la televisión imponía una estética y repara en las cabezas televisivas: en los programas musicales prevalecían los peinados batidos, algunos exagerados en volumen y altura. Por lo tanto, eran los peinados sofisticados y más elaborados los que se imponían como regla: “Los peinados exhiben el desdén por lo natural y por la naturalidad al tiempo que instalan lo ostentosamente artificial como norma” (Varela, 2005:136). Otro ciclo televisivo anterior que se convierte en una marca significativa de la década es *Buenas tardes mucho gusto* (1960), programa femenino por excelencia, que tenía varios segmentos, entre ellos: cocina tejido, salud y belleza. El vestuario, el peinado y el maquillaje nos permiten dar cuenta de los parámetros estéticos que existían en dicha época. En síntesis, en la televisión de los sesenta el elemento más distintivo fueron las cabelleras con volumen, los peinados batidos y los flequillos abultados; desde *Violeta* hasta *Doña Petrona*, pasando por las figuras de las bailarinas de los programas musicales hasta llegar a la de la joven esposa que aparecía representada como una joven tímida (Varela, 2005).

En esta década también aparecieron los programas *ómnibus*, ciclos que duraban varias horas y presentaban shows musicales, notas de color y entrevistas a personalidades. Dentro de este género podemos mencionar a *Sábados Circulares* (1958 a 1974), primero en Canal 9 y luego en el 13. Conducido por Pipo Mancera, ocupaba todo el horario del día y parecía coincidir con la transmisión misma, alrededor de 390 minutos al aire. Con respecto a esto, Varela afirma: “El género representaba el fluir propio del discurso e incluía magos, cantantes, cómicos, noticias periodísticas, números de circo y baile” (Varela, 2005:165).

El competidor era *Sábados Continuos* (Canal 9, 1964), conducido por Antonio Carrizo con 480 minutos al aire, con un sesgo más intelectual. Contaba con figuras que se desprendían del *Club del Clan*: Violeta Rivas, Palito, Chico Novarro y Leo Dan; el grupo de cumbia Los Wawanco generó un final con buen rating, que logró ganarle a *Sábados Circulares*. Dentro de este programa, el periodista Bernardo Neustadt estaba a cargo de las entrevistas. Luego el elenco emigró a Canal 7, con Carrizo al mando, bajo el nombre de *Ídolos de la Juventud* (Canal 9, 1964), (Ulanovsky, Itkin y Sirven; 2006).

Durante los años de plomo de la dictadura los canales de televisión y las secretarías de comunicaciones, al igual que el COMFER, fueron objeto de disputa por parte de las Fuerzas Armadas. Los canales habían pasado a manos del Estado entre 1973 y 1975; por lo tanto, durante el gobierno de facto fueron intervenidos por las tres armas y estas se repartieron el control de las señales. La Armada intervino Canal 13; la Fuerza Aérea copó Canal 11 y el Ejército tenía bajo su órbita Canal 9 y Canal 7. De este modo, quedaba de manifiesto la mayor injerencia del Ejército sobre las otras fuerzas. En 1976 se creó una comisión para llegar a un acuerdo con los ex licenciarios de los canales. En enero de 1978 el Estado formalizó la compra de Canal 13 y Proartel a Goar Mestre; y de Canal 11 a Ricardo García. Otra suerte corrió Canal 9, cuyo dueño, Alejandro Romay, se negó a vender, inició un litigio judicial y recuperó su canal con el regreso de la democracia. Con motivo del campeonato mundial de Fútbol, se construyó el Centro de Producción de Programas de Televisión en Colores Argentina 78 Televisora SA (luego sería Argentina Televisora Color), y se impulsó la reconversión tecnológica. Para ello se incorporó la norma PAL N (alemana) para la emisión de señales de color. Los partidos sólo se emitieron con esta modalidad para el exterior y luego de un período de pruebas, se formalizaron las transmisiones en color de manera regular a partir de 1980.

En materia de contenidos, Carlos Montero fue contratado como director de programación de Canal 7 para convertir a ATC en un canal competitivo. Para ello arrancó con el noticiero *60 Minutos*, entre los que estaban Mónica Gutiérrez, Fernando Bravo, José Gómez Funes; luego se emitía una telenovela con libro de Hugo Moser, *Los hijos de López*. Tenía una buena selección de películas y otras ficciones, como *Andrea Celeste*, con Andrea del Boca y Ana María Piccio. Logró que Mirtha Legrand se mudara con sus almuerzos a dicha señal. De esta manera, en pocos meses quedó en primer lugar en el rating, seguido por Canal 9.

El rol que tuvieron los medios de comunicación en esta etapa fue la censura, intervención y en algunos casos el cierre definitivo. Sin embargo, muchos medios subsistieron a costa de hacer propaganda a favor de la dictadura. Defendían al gobierno de lo que creían que era una “campaña antiargentina”: las acusaciones provenientes del exterior por violaciones a los derechos humanos. Este colaboracionismo y ocultamiento de información también quedó de manifiesto en las coberturas que se hicieron sobre la Guerra de Malvinas. En síntesis, el gobierno militar no ignoraba la importancia que tenían los medios de comunicación en la construcción de un proyecto político hegemónico y por eso ejerció un férreo control sobre ellos: “El terrorismo de Estado necesitó de una clara política de desinformación, censura y manipulación mediática” (Marino y Postolski, 2006:158).

Durante el período de transición democrática muchos medios volvieron a manos privadas y hubo un intento de generar medios públicos no gubernamentales. En su propuesta electoral el alfonsinismo proponía: un sistema de medios tripartito, entre el Estado, la gestión privada y entidades públicas no gubernamentales; la instalación de una comisión bicameral de radio y televisión y la implementación de programas de educación a distancia por radio y televisión. Sin embargo, no pudo cumplir con las expectativas que había generado en materia de comunicación y terminó cediendo ante las presiones de inversores privados. En líneas generales:

“La mayoría de decretos y resoluciones que se implementaron en relación a la política de medios a partir de 1984 beneficiaron la concentración, el negociado y la manipulación de los medios masivos de comunicación a favor de empresas privadas, en detrimento de lo que pudo haber sido una comunicación a favor de empresas privadas con sentido comunitario (Com, 2006:207).

En esta década irrumpen en la pantalla televisiva figuras del café concert, como Antonio Gasalla y Carlos Perciavalle. Según señala Landi, el ingreso a la televisión de Gasalla,

Perciavalle y también Enrique Pinti, provenientes de esta clase de espectáculo y del circuito under porteño de los años sesenta, significó la introducción de espacios culturales críticos en la televisión argentina. Estos se enfrentaban a tabúes tradicionales de la sociedad argentina y la agudeza cómica tenía para la televisión de entonces un signo modernizante (Landi, 1997).

El menemismo consolidó el sistema de medios privados, se produjo la integración al mercado audiovisual mundial, la privatización del Canal 11 y 13 y se permitió el ingreso de medios gráficos al mundo audiovisual y radial (el alfonsinismo lo prohibía). En esta etapa el Diario Clarín se convirtió en licenciatario de Canal 13, adquirió radio Mitre y se consolidó, de esta forma en un conglomerado multimediático. En esta etapa muchos artistas provenientes del teatro *under*, el *Parakultural*, el *Off Corrientes* convergieron junto a Alfredo Casero en la experiencia televisiva y entrecortada como *De la Cabeza* (1992). Este ciclo tenía libro de Gabriel Mesa y estaba integrado por grupo de actores, como *Las Barbies*, *Locas como tu madres*, *La cuadrilla*, y artistas como Rodolfo Samsó (Alacrán), Favio Posca, Fabio Alberti, Vivan el Jaber y Daniel Araóz. Casero recuperó el sketch corto y desopilante, hizo parodias de teleteatros, de programas de preguntas y respuestas, *Odol Pregunta* y de películas como *Sucesos Argentinos*, y ciclos como *Telescuela Técnica*. En 1993 se produjo una escisión y parte del ciclo marchó a Canal 9 a hacer *Del Tomate*. Por su parte, Casero, junto a Diego Capusotto y Fabio Alberti, crearon *Cha, Cha, Cha* que se emitió hasta 1997.

En esta década también se destacó el *talk show*, y el *reality show* se instaló como género en la televisión. Los programas políticos estaban en retirada y emergieron noticieros, como el de Mauro Viale con testigos “truchos”, peleas en vivo y acusaciones cruzadas. Mario Carlón destaca en este período el surgimiento de la metatelevisión, es decir la aparición de programas, que hacen un ciclo, con recortes de otros programas y material de archivo. Por ejemplo PNP (Perdona nuestros Pecados), El ojo cítrico y Las patas de la mentira (Carlón, 2006).

Una investigación que nos permite acercarnos al objeto cultural que analizamos es el trabajo de Carlos Mangone, *Tinelli, un blooper provocado* (1992), donde analiza dos programas exitosos de los años noventa de este conductor, *Videomatch* y *Ritmo de la Noche*. Allí identifica que estos ciclos abarcaban un espectro más amplio que el de la juventud y que el género se definía más por el lugar que ocupaba en el sistema de la televisión que por tematizar algo en particular. Los dos eran programas de variedades: *Ritmo de la noche* era un magazine enfocado en lo musical y promocional y *Videomatch* tenía una mirada paródica sobre la

televisión. Para analizar el programa de Marcelo Tinelli lo vincula con tradiciones televisivas, como las de Raúl Portal, y encuentra también rasgos propios del olmedismo. Según su reflexión, la propuesta artística se sostenía por medio del bloopers y por el hecho establecido de que todo lo que los integrantes del elenco hacían lo hacían mal, hasta los que sabían su profesión; el programa televisaba los errores de producción, ensayo y actuación. La transmisión de situaciones azarosas, equivocaciones, errores de compaginación, la mostración del “backstage” organizaban el mensaje del programa. Los integrantes y casi todas sus situaciones se asemejaban a un gran bloopers televisivo (provocado), que hacía foco en el error, en la falta de capacidad de sus integrantes, en las equivocaciones de ensayo, de dicción, de postura y afinación (Mangone, 1992).

Desde esta perspectiva, Marcelo Tinelli comparte parte de los imaginarios que organizaban los temas y las visiones de mundo de los programas de Olmedo: el doble sentido sexual, la tipología femenina, la mirada, los juegos con la cámara y la ficcionalización de una crítica a las condiciones artísticas de los integrantes del ciclo. Otro recurso olmediano era el corte abrupto de palabra, cuando es de origen escatológico o sexual, el movimiento de manos y la suficiencia en los comentarios sobre “minas” (Mangone, 1992). Este autor distingue dos grandes núcleos organizadores en el programa: uno en relación al fútbol y otro referido al universo femenino. Este deporte aparecía como una actividad importante; el imaginario del “papi fútbol” confluía en el otro núcleo organizador, que hacía referencia a la visita al cabaret. Ambos programas recreaban el código grupal, el imaginario de un club de amigos que observaban a las mujeres; un tanto voyeuristas, machistas, homofóbicos. De este modo, lo más importante de su texto, es la banalización que experimentó la televisión a partir de la aparición del programa de Marcelo Tinelli.

Capítulo I: Los antecedentes de *Bailando por un sueño*

Blackie, reality show e historias de vida, el caso *This is your Life?*

Showmatch contiene muchos ingredientes del reality show, formato que se originó a mediados de los cincuenta en Inglaterra. El programa pionero de este género fue *This is your life?*, un ciclo de la BBC que reunía a médicos y enfermeras que habían ganado medallas por haber participado la Segunda Guerra Mundial; o héroes militares y personas que habían colaborado de alguna manera en el bienestar de la comunidad. Los protagonistas eran invitados con otro propósito para luego ser sorprendidos ante miles de televidentes con un homenaje. De este modo, se les rendía un pequeño tributo, se presentaban testimonios de los familiares con imágenes desde la infancia hasta el presente y la narración era realizada por el presentador. Esta clase de productos generó distintos debates éticos en torno a la intromisión en la vida privada y la forma en que se alimentaba la curiosidad de cientos de televidentes por conocer detalles de la intimidad de los invitados. Se objetaba en relación a este género la forma en que el sujeto era emboscado y enfrentado a las cámaras, su consiguiente invasión flagrante en la vida privada y, por otro lado, la ausencia de un consentimiento previo para mostrar la esfera de lo privado (Holmes, 2010). Según la crítica, el trato que recibía el homenajeado era similar a una sesión de tortura, donde se intentaba movilizarlo a través de testimonios que conmovían hasta el llanto, se ventilaban los sentimientos y se lograba la victimización de los participantes (Holmes, 2010). En el artículo *Torture, Treacle, Tears and Trickery* (2010), la autora citada con anterioridad resume este fenómeno televisivo, como una mezcla de tortura, engaño, sentimentalismo y lágrimas, donde celebridades y gente común eran sorprendidas y homenajeadas en televisión en vivo con el fin de movilizar sus emociones y lograr mantener enganchado a un espectador testigo e impertinente. Esta clase de programas intentaba, a través de esta modalidad, explotar el sensacionalismo, someter al protagonista al escarnio público y al padecimiento frente a las cámaras para satisfacer los deseos de curiosidad de una sociedad voyerista e entrometida. Pese a estas implicancias negativas, la BBC argumentaba que este programa era valioso por ofrecer un servicio público a la comunidad, afirmando que la sociedad tenía derecho a conocer las historias de estos héroes anónimos.

En Argentina, Paloma Efrom, más conocida como *Blackie*, fue una de las primeras que incursionó en esta clase de programas, primero con *Cita con las estrellas* en el año 1953, ciclo que ideó la periodista, cuando le avisaron que tenía un espacio libre a la noche en Canal 7. Improvisó con la presentación de fotos de su álbum personal y un relato, creó un show donde se contaban anécdotas de los famosos con los que compartió escenario. Su ciclo, *Volver a vivir*, era una versión local similar a *This is your Life?*, con la diferencia de que en el programa de *Blackie* los invitados eran personalidades del espectáculo. En el estudio reunía a los familiares y afectos que un personaje popular había cosechado a lo largo de su vida y de su profesión. De este modo, era homenajeado. En la televisión argentina este fenómeno fue creciendo hasta que en la década del noventa el *reality show* se instaló como género.

Pipo Mancera, precursor de los programas ómnibus.

En el año 1958, Pipo Mancera se convirtió en el pionero de los *programas ómnibus*, ciclos que duraban varias horas e incluían presentaciones musicales, entrevistas y notas de color. Por ejemplo, entrevistó a dos enanos que se casaban. Muchos elementos de *Sábados Circulares* habían sido tomados por el propio Mancera de un programa francés del actor Ives Montand, que él mismo reconoció haber observado en su viaje por París (Ulanovsky, Itkin y Sirven, 2006). Una de las secciones más importantes y esperadas eran las cámaras sorpresa, cuyo director, el cineasta Guillermo Smith, había aprendido en los EEUU. El presentador también supo aprovechar la vertiginosidad del vivo y en directo para hacer pruebas de alto riesgo, como ingresar en una jaula con leones o descender encadenado a las cloacas. Algunos autores señalan: “Las ideas televisivas de Mancera se anticiparon en años a cosas que se hacen en la televisión actual, como la sección Servicios de Inmigrantes donde se ponía en contacto a familias de España e Italia con parientes en la Argentina que llevaban largo tiempo sin verse” (Ulanovsky, Itkin, Sirven, 2006: 220-221). La cámara oculta era la réplica de la versión americana, una suerte de “control”, al que se prestaba la televisión y cuyo uso social más inmediato fue la filmación de los asaltos de bancos y el control laboral por circuito cerrado (Mangone, 1992). Si comparamos las cámaras ocultas que producían *Sábados Circulares* con las que emitieron *Showmatch*, podemos observar que ambas se hacían en lugares públicos, con actores profesionales que colaboraban en la actuación. Sin embargo, las de Mancera eran más

moderadas que las del programa de Tinelli. En estas últimas, las temáticas provocaban peleas familiares, humillaban al participante y, en algunos casos, se llegaba al llanto y ridiculización de mujeres del espectáculo, modelos y cantantes.

Olmedo: improvisación, humor y vedettes

Dentro de las investigaciones sobre este humorista podemos mencionar el documento *Para ver a Olmedo* (Landi y Quevedo, 1988): allí primero Landi señala la improvisación como uno de los recursos más utilizados por el capocómico. A diferencia de la improvisación que cubría baches, Olmedo la utilizaba como un mecanismo de continuidad de la secuencia y esto era puesto en evidencia: eran momentos esperados por la audiencia. El vínculo más fuerte con el espectador estaba dado no por los contenidos de los sketches, sino en formas de significación que incluían componentes gestuales, como resolver situaciones sobre la marcha y más bien sobrepasado por las circunstancias, perder el hilo de la conversación, parodiar la autoridad y la desgracia. El humor estaba basado en el repertorio de la precariedad, el rebusque, la zona de la picaresca, la referencia al sexo, el erotismo y el cuerpo explícito. Olmedo fue repudiado por la Iglesia, que lo consideró la representación de la pornografía en los medios de comunicación; se le criticó su chabacanería, su humor de mal gusto y machismo.

El medio televisivo siempre tiene en cuenta al receptor, porque tiene la particularidad de considerarlo siempre ahí -está ahí, lo veo, me habla- (Veròn, 1983). A diferencia del cine, la televisión le habla directamente al espectador, le dirige la mirada, exige su atención y le pide que se comunique por teléfono. En el caso de Olmedo el pacto con el televidente era muy sólido: “No toca Botón” era la frase utilizada por Rucucu para pedir que no cambiaran de canal (Quevedo, 1988). Para interpretar su humor había que estar atento a su cuerpo, la velocidad de sus manos y la picardía de su mirada. Olmedo estaba esperando lo imprevisto; Darío Fo lo llamaba el *incidente*, el momento en que el texto (y el espectáculo mismo) se interrumpía, se quebraba y aparecía otra cosa. Aprovechaba cualquier error de libreto, una luz mal colocada, un apuntador que llegaba tarde, y si algo de esto no ocurría, el mismo humorista lo creaba.

Mangone (1992) hacía hincapié en la forma en que Olmedo logró humanizar la televisión. Antes de su llegada, todo se desarrollaba de manera estructurada ante las cámaras: ante un

error o un furcio todo debía continuar, como si nada hubiera sucedido. Mangone señalaba que en el caso de Olmedo, se estaba a la expectativa de que algo ocurriera; un error, una palabra mal pronunciada, un equívoco; en cambio, en el caso de Tinelli, esto era provocado de manera intencional (Mangone, 1992).

Con respecto al elenco, Olmedo contaba con un grupo de vedettes; al que denominaba “mis chicas” y con las cuales además compartía los ciclos de televisión y las carteleras en obras de teatro en el verano. Silvia Pérez, Susana Romero, Beatriz Salomón, Adriana Brodsky eran las vedettes del momento, que aparecían en las revistas, mostrando sus esculturales cuerpos. El programa *No Toca Botón* fue pionero en la televisión abierta en mostrar cuerpos femeninos con poca vestimenta, con un humor grosero y de una forma machista.

Cinco pilares de la televisión: Susana, Mirtha, Tinelli, Pergolini y Suar.

En cuanto a la televisión y los programas más importantes de la década que analizamos, podemos encontrar cinco pilares fundamentales: Marcelo Tinelli, Susana Giménez, Mirtha Legrand, Adrián Suar y Mario Pergolini, a quienes Mercedes Moglia define como el *quinteto estilístico*: “Quienes están al frente de programas cuya propuesta televisiva se repite año a año con pocas variaciones. Los clásicos de la televisión de abril a diciembre. Consolidaron lazos de identificación con los canales y se consolidan como la imagen del canal” (Moglia, 2010:72). En cuanto al porqué de esta fuerte identificación con el público sostiene lo siguiente: “Los latiguillos expresivos, las formas de reír, las palabras más usadas, los gestos y las muecas, es su presencia de pantalla, se vuelven televisivas más allá de si son imitados por otros, lo importante es que son reconocidos por todos” (Moglia, 2010:73).

Marcelo Tinelli forma parte de ese *quinteto estilístico*, pero hay que destacar que en los últimos años su rol ha sido preponderante dentro de ese grupo, por su incidencia en la pauta publicitaria, su nivel de audiencia, su repercusión en los medios gráficos y radiales y la forma en que dicho producto se constituye en materia prima y contenido para la creación de otros programas televisivos. *Showmatch* es considerado el mega show más importante de la televisión argentina y su conductor, el hombre de mayor popularidad y carisma de los medios

de comunicación; su influencia es importante también en la medida que dicho programa coloniza otras zonas de la televisión y modifica la grilla televisiva.

Marcelo Tinelli es reconocido como “el rey de la televisión”, porque es una voz autorizada en los medios de comunicación, tiene autoridad y goza el respeto de la comunidad artística. Como señala Mangone: “Su neopopulismo de derecha aparece evidente en momentos de crisis (conflicto entre las patronales agropecuarias y el Gobierno, inseguridad urbana), aunque su nuevo lugar de empresario exitoso que “invierte en el país” y “da trabajo” le dará derechos de fiscalización por sobre el resto de la comunidad (Mangone, 2010). Si analizamos la noción de “rey de la televisión” podemos decir que un rey como tal, además de detentar el poder, tiene un palacio y exhibe lujo. En el caso de *Showmatch*, este lujo ha quedado demostrado con aperturas y programas con producciones descomunales y fastuosas con más de cien bailarines en escena, shows de acrobacia y bandas en vivo. Incluso en varias oportunidades se cortó la calle Olleros para hacer un show musical, donde también el público podía observar y/o participar detrás de las vallas.

Encontramos en la televisión local cierta tendencia a la repetición y a la autorreferencialidad. Desde la emergencia de *Bailando por un sueño* la televisión se volvió monotemática y la grilla se complementó con programas satélites, como *La cocina del Show* (Canal 13, 2012), conducido por Mariano Iudica y Zaira Nara, *El show de la tarde con José María Listorti y Denis Dumas* (Canal 13, 2012). En dichos programas se mostraba el *backstage* (detrás de cámara), los ensayos, y los conflictos que surgían en el seno del concurso. Además había un espacio extra para coreografías, desfiles de modelos y música en vivo. Los programas de chimentos de otros canales, como *Infama* (Santiago del Moro), *Los profesionales* (Viviana Canosa), e *Intrusos* (Jorge Rial) recuperaban fragmentos de *Bailando por un sueño* para sus notas y entrevistas, pidiendo en préstamo a sus estrellas para que visitaran los estudios de otro canal.

En estos 20 años ininterrumpidos de este show televisivo, primero como *Videomatch* y luego *Showmatch*, el programa ha cambiado su denominación y ha introducido modificaciones en las secciones del programa, los sketches, la música y los decorados. Sin embargo, hay una marca que constituye un rasgo característico: el estilo desenfadado del conductor, el chiste en doble sentido, el humor sexual (Mangone, 1992). Por otra parte, se observa que se hace referencia a las vedettes como objeto sexual. En sus inicios fue muy utilizado el recurso de la

cámara oculta para crear situaciones ficticias y burlarse de algún invitado o televidente; los sketches de tono sexual y las imitaciones burdas de un grupo de humoristas (Pachu Peña, Pablo Granados, Naim Sibara, José María Listorti, Diego Pérez, Leo Rosembasser, Toti Ciliberto y Freddy Villareal), que hacían parodias sobre ficciones o programas que estaban al aire, era lo más destacado de cada emisión. El humor era estereotipado, de tinte homofóbico, como en la sección denominada *Los Topus 4*, donde un grupo de hombres simulaban ser homosexuales y en tono de chacarera cantaban sobre la posible homosexualidad de ciertas figuras del espectáculo e intentaban seducir a un invitado masculino. Con el correr de los años, el posterior cambio de formato y la inclusión del segmento *Bailando por un Sueño*, muchos actores se desvincularon, otros se convirtieron en conductores de los programas subsidiarios de *Bailando por un Sueño*, como por ejemplo, José María Listorti en *El Show de la Tarde*. Otros humoristas (Villareal, Listorti, Campi, Peña) fueron convocados para la sección de humor *Gran Cuñado*, donde en plena campaña electoral se hacía una parodia del programa *Gran Hermano*. Allí los “hermanitos” que convivían en la casa eran actores, que personificaban a políticos que debían lograr una buena convivencia para no ser nominados y posteriormente expulsados de la casa.

No puede dejar de soslayarse la figura del presentador del programa como articulador de todas las secciones y como orador principal que, desde el estudio, puede trasladarse hacia afuera del edificio de *Ideas del Sur*; hablar con los transeúntes, taxistas que circulan por la calle Olleros; ir a una pizzería, pedir una porción y volver al estudio, seguido por un séquito de productores, apuntadores, camarógrafos e iluminadores. El programa tiene un presentador versátil, que puede entretener a la audiencia, corriendo a un simpático cachorrito por la pista de baile, comer un alfajor de una sola vez (no sólo se hacían chistes sobre el tamaño de su cabeza, lo que le ganó el mote de “cabezón”, sino también por las dimensiones de su boca). También puede hacer de celestino con algunos participantes o miembros del jurado, actuar como mediador cuando la discusión o el conflicto entre los participantes estallan y su intervención es requerida.

A lo largo de su carrera televisiva notamos que el presentador se define como creador de su propio estilo: “Tinelli prefiere no reconocer herencias, ni disputar horarios o estar en la grilla televisiva” (Portal 1988-1989). Sin embargo, encontramos en el transcurso de la investigación distintos recursos, géneros y algunas modalidades enunciativas propias de otros

conductores Algunos de los recursos que se reconocen utilizados en el ciclo son el *detrás de cámara* y el *desplazamiento del cuerpo del presentador* hacia el exterior del estudio de televisión. Estos movimientos muchas veces son constantes, y por momentos, erráticos. Se desea salir del espacio televisivo del estudio a un espacio extratelevisivo, la calle, para hablar con las personas comunes, o también se ingresa a los camarines para hablar con las *estrellas*, todo esto en una única toma y sin cortes de por medio. Sin embargo, estos rasgos identificatorios del programa, no son innovadores: los podemos encontrar en muchos ciclos de humor de Alberto Olmedo. Un ejemplo de esta tradición televisiva es un registro visual de la década del setenta, donde se ve a un joven Olmedo que camina por las transitadas calles de Buenos Aires vestido con traje y sombrero para promocionar su programa “*El Chupete*”(1973), con un cartel sobre su cuerpo que reza “Yo soy del 13”. En su trayecto saluda de forma amable a la gente que camina por la peatonal y la invita a seguirlo por la señal de televisión. Luego se lo ve salir de la boca del subte, acompañado de pasajeros con los cuales dialoga, recorre la zona de Retiro hasta que llega al zoológico, donde se lo ve interactuar con un caballo y distintos animales. También visita la costanera donde habla con una joven que toma sol y le comenta del lanzamiento del programa; recorre bares donde se sirve una copa y deja pintadas las calles y algunos vidrios, informando que va a estar en canal 13. Por lo tanto, este show televisivo que ha ocupado más de veinte años en nuestra televisión, lejos de implicar grandes innovaciones en el medio (ya sea en la temática, los contenidos, los recursos y la producción) recuperó tradiciones televisivas, que situamos no sólo en los setenta, sino también en la década de los sesenta.

Marcelo Tinelli se inscribe dentro de la tradición televisiva, que se inauguró con los programas de variedades: no escapa a ella y no lo situamos en la historia de la televisión, como un hecho aislado, dado que los antecedentes los encontramos en el programa de Pipo Mancera. Allí el conductor articulaba un programa sostenido sobre la estética del shock, la sorpresa y el drama real en vivo, montado frente cámara. En *Bailando por un sueño* se utilizan ciertos elementos y recursos de los programas de Mancera y Olmedo. Tinelli condensa elementos y rasgos de estas dos figuras y su programa se nutre de diferentes géneros preexistentes: la entrevista, el musical, el humor grosero o guarango y los sketches. A propósito del humor que hace Tinelli, un texto de Marcos Mayer, “¿Cuál es la gracia?” (2009), analiza en profundidad el humor satírico y, en especial el tratamiento gracioso de lo grosero y sexual, y la burla de lo incorrecto. Estas tradiciones las identifica con Gerardo Sofovich y las encuentra prolongadas

en Marcelo Tinelli. De hecho, muchas películas de Olmedo fueron dirigidas y producidas por los hermanos Sofovich, con lo cual esto confirma la continuidad en el estilo de humor grosero y machista. Este clase de humor se difunde cada día más en perjuicio de otro humor más inocente, como el que hacían Pepe Biondi, José Marrone y Carlitos Bala, “cómicos hijos de inmigrantes” (Moglia, 2010). Estos artistas amateurs habían llegado a la televisión luego de haber estado en la radio y en circuitos callejeros, como el balneario porteño, y antes en espectáculos de feria, circo o teatro (Landi, 1992). Esta tradición humorística que se identifica con las primeras décadas de la televisión era más ingenua y moderada que la tradición cómica grosera. Sólo con un gesto, un latiguillo o una mueca estos artistas hacían reír. Era un humor con predominio de la sátira costumbrista y de la personificación de tipos sociales (el suegro celoso, el abogado chanta) y de situaciones cotidianas en espacios públicos, como el bar, el cine, el puesto de diarios y la parada de colectivos (Landi, 1992). Lograron instalar muletillas que perduraron en el tiempo “me saco el saco y me pongo el pongo”, “cheee”, programas como La tuerca (1965-1982), Telecómicos (1960), Viendo a Biondi (1961), El circo de Marrone (1970) son referentes de esta primera generación de humoristas televisivos.

En los primeros años de *Bailando por un Sueño*, el programa comenzaba con el conductor haciendo una pequeña introducción sobre quién era el soñador, a quién representaba, cuál era su pueblo de origen. Se proyectaba un video donde sus familiares hablaban a cámara de sus cualidades, tales como generosidad, solidaridad, logrando un golpe de efecto en el bailarín, que a veces se conmovía hasta las lágrimas. A lo largo de los ciclos, el programa dejó de lado las presentaciones de los soñadores, aunque el sueño seguía siendo un motivo para concursar y cumplir alguna acción benéfica. No obstante, ya no se mencionaban las historias de vida de los participantes, con videos testimoniales de familiares o amigos. El programa optaba por dar mayor espacio y tiempo a las anécdotas de los famosos, a las peleas y escándalos, a las canciones de cumbia de las vedettes, (como sucedió con Rocío Marengo, intérprete del Baile del Koala, canción que se interpretaba con coreografía incluida por fuera del concurso).

Las situaciones erróneas y los equívocos que las participantes cometían formaban parte de los contenidos del programa. De allí la predilección de Tinelli por tomar lecciones de geografía a una vedette considerada poco leída, con el fin de ridiculizarla y mostrarla como una “rubia tonta”; o enseñar palabras en inglés a un participante considerado “analfabeto”, (como el ex boxeador la Mole Molí, cuya pronunciación del idioma extranjero provocaba más de una

carcajada del público). A propósito de la oferta televisiva de Marcelo Tinelli, Mangone sostiene:

“El tinellismo también consolida formas de contratación, reafirma la tradición del personalismo de animación y conducción, acentúa la disolución de los géneros y formatos y ratifica la tendencia de la televisión argentina a mezclar, con el peor de los resultados, ficción y actualidad, lo trascendente y lo banal, la destreza y el amateurismo (Mangone, 2010).

Capítulo II – Análisis del formato televisivo de Showmatch, primera aproximación al objeto de estudio.

Contexto histórico y social del fenómeno *Bailando por un sueño*.

El período histórico que seleccionamos para nuestro análisis coincide con el gobierno de Néstor Kirchner (2003 -2007) y luego la gestión de su esposa Cristina Fernández de Kirchner hasta la actualidad. Para la investigación que nos proponemos hacer, consideramos la década que se inició con la crisis política y social del 2001 hasta el 2012.

El siglo XXI heredó de la década anterior una creciente dependencia del poder político y económico, un recrudescimiento de la centralización y una feroz concentración y extranjerización de la propiedad de los medios (García Leiva, 2005). Durante esta primera etapa continúa la consolidación del sistema de medios privados, gráficos, radiales y televisivos que reinaban desde el menemismo. En el año 2005, mediante el decreto 527-2005, se renovaron las licencias de radio y televisión por 15 años más. Sin embargo, en el 2009, luego del conflicto con el sector agropecuario, el gobierno decidió derogar la ley de medios 22.285, que regía desde la dictadura y se creó una nueva Ley de Medios, para contrarrestar el la hegemonía del grupo Clarín en la estructura mediática.

El período en el cual se ubica el objeto cultural analizado estuvo signado por una grave crisis política, social e institucional. El país arrastraba desde 1998 una larga recesión, la deuda externa agobiaba al gobierno, el déficit fiscal aumentaba a niveles inesperados y el porcentaje de desempleo alcanzaba el 18 por ciento. El gobierno de Fernando De la Rúa aplicó un duro ajuste para sanear las finanzas y sostuvo firmemente el esquema de convertibilidad adoptado durante el gobierno anterior (Svampa y Pereyra, 2003). En esta etapa la presencia de protestas callejeras se hacía notar y nuevos actores sociales irrumpían en la escena política y social, como agrupaciones de izquierda, movimientos de piqueteros y organizaciones barriales, que hacían ollas populares y protagonizaban cortes de rutas en reclamo de planes sociales y puestos de trabajo.

La crisis económica se profundizó a fines de diciembre con el corralito financiero, que

impedía la libre disposición de fondos y plazos fijos. Los sectores menos favorecidos de la población se concentraban alrededor de los supermercados para exigir bolsones de comida, porque no obtenían respuesta de las instituciones. El gobierno nacional argumentaba que los saqueos se debían a las vísperas de las fiestas navideñas y a la mayor sensibilidad de la población en esa época del año, acusando a la oposición de infiltrar punteros políticos en los barrios más humildes, que incentivaban esas acciones, queriendo generar caos e incertidumbre entre la población (Mariotti y Comelli, 2007). El presidente en ejercicio renunció a su cargo luego que la tensión social alcanzó su nivel máximo de conflictividad, cuando la represión policial provocó la muerte de varios ciudadanos que circulaban cerca de la Casa Rosada. Algunos medios afirmaban que la salida anticipada del gobierno aliviaba a una sociedad angustiada por el estallido social, que había provocado veinticinco muertos y más de cuatrocientos heridos, víctimas de la crisis económica que había puesto a la Argentina al borde de la cesación de pagos y en el centro de la atención mundial (Mariotti y Comelli, 2007). Todos estos hechos de violencia, fueron indicadores de los primeros años de una década marcada por una gran descomposición social y fragmentación política, donde se había perdido la credibilidad en los dirigentes. Los manifestantes coreaban la consigna “que se vayan todos, que no quede ni uno solo” en referencia al establishment político. Después de la renuncia del primer mandatario, se inició una etapa de transición: se sucedieron varios presidentes y Eduardo Duhalde asumió de manera provisoria en enero de 2002. Se abandonó la convertibilidad; inaugurando una fase devaluatoria en la cual la relación cambiaria peso-dólar perjudicó a los ahorristas. Empero, la represión hacia los sectores que aún protestaban tuvo su punto cúlmine de violencia ese mismo año, con el asesinato de dos jóvenes piqueteros en el Puente Pueyrredón: Kosteki y Santillán. Este episodio produjo la reorientación de la política del gobierno, llamó a elecciones generales anticipadas, mientras adoptaba una línea más legalista en el tratamiento de la cuestión piquetera (Svampa y Pereyra, 2003:103). Tras los asesinatos de estos dos jóvenes, Néstor Kirchner, ex gobernador de Santa Cruz, fue elegido presidente con el menor porcentaje de la historia; Carlos Menem decidió no confrontar en las urnas en el ballottage. Había que transformar la realidad e integrar a los veinte millones de personas que estaban afuera del sistema, a través de políticas públicas y la generación de empleo.

En materia de radiodifusión, en el año 2005, mediante el decreto 527-2005, Kirchner

extendió el vencimiento de las licencias y prorrogarlas por 10 años más, con lo cual el grupo Clarín podía seguir explotando las frecuencias de radio y televisión hasta 2015. Sin embargo, luego del conflicto político con el sector agropecuario en 2008, el gobierno planteó la necesidad de modificar la ley de medios vigente (Ley 22.285) y de esta forma limitar el número de licencias para los multimedios (Baranchuk, 2006). La idea era contrarrestar la hegemonía del Grupo Clarín. En octubre de 2009 se promulgó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522), la cual limitaba el número de licencias y obligaba a dicho multimedio a desprenderse de parte de sus activos. Durante el período analizado el gobierno se acercó a los medios y controló muchos de ellos mediante la asignación de pauta publicitaria. Sin embargo, Canal 13 continuó en las manos de un grupo opositor.

Para dar cuenta de las transformaciones del cuerpo, es necesario detenerse en el momento histórico de crisis social de diciembre de 2001, que hundió al país en una profunda pauperización social de la clase media mayoritaria, representativa en el imaginario social del éxito de unos modelos de desarrollo social anteriores, enfrentada a amplios sectores empobrecidos, que habitaban un terreno social de exclusión y vulnerabilidad (Irazuzta, 2008). En este momento de emergencia económica y social, distintos actores sociales aparecieron en el escenario político y social, entre ellos los denominados “piqueteros”, grupos de manifestantes que hacían protestas, ollas populares y cortes de ruta en reclamo de puestos de trabajo y mejores condiciones de vida. Esta ruptura social y la emergencia de nuevos actores sociales dieron lugar a la inclusión de sectores sociales marginales en el show televisivo.

A comienzos de diciembre, antes de los acontecimientos políticos y económicos que se desarrollaron, el vocativo que los programas articulaban era el de una indiferenciación social: “gente”, era el colectivo utilizado y sobre él se asentaban las diferentes tematizaciones (Wortman, 2007: 186 181). Luego de la caída del gobierno el veinte de diciembre, se empezó a hablar de los nuevos pobres, las clases medias y los piqueteros. *Showmatch* es uno de los programas de mayor influencia de la televisión, no sólo en términos de audiencia, contenidos, volumen de facturación y costo del minuto de publicidad, sino como formador de consenso y constructor de hegemonía. Como producto de los mass media, comparte y difunde los valores de la ideología dominante de los últimos veinte años. Como señala Eco (1985 [1968]), la televisión es un instrumento eficaz para la conservación del orden establecido, además de funcionar como repetidora de las opiniones y gustos que la clase dominante juzga más

convenientes para mantener el statu quo. El año que apareció *Bailando*, el gobierno gozaba de gran prestigio por la recuperación del empleo, que dio un respiro a las clases trabajadoras, una sólida política de Derechos Humanos y una gran participación de jóvenes en la militancia. Es en este contexto de estabilidad política que Tinelli logró consolidarse en la televisión argentina, como un líder indiscutido del entretenimiento. A pesar de estar en un canal opositor al gobierno, el programa y su conductor se mostraban afines a la política oficial y a respaldar al matrimonio presidencial.

Wortman plantea que en el modelo social y económico dominante la transformación en el plano comunicacional y cultural se originó durante la década menemista, a raíz de la devaluación del sistema educativo público (Wortman, 2007:137). La disminución del presupuesto en la enseñanza pública constituyó una marca de la crisis cultural de la Argentina, pero profundizada por la existencia de un nuevo clima de época, en el cual los valores mercantiles no eran resultado del esfuerzo y sacrificio en la esfera del trabajo, sino expresión de rasgos de una personalidad de nuevo clase, alegre, sin demasiados cuestionamientos y reflexiones: el ethos subjetivo dominante era el de un sujeto que se entretenía. (Wortman, 2007).

La flexibilización laboral, la ruptura de la cultura del trabajo, el “sálvese quien pueda”, la pérdida de valores y la paulatina farandulización de la política, problemáticas originadas en los años noventa, se profundizaron con la crisis del 2001 y configuraron una nueva televisión que podemos ver representada en *Showmatch*.

Breve recorrido histórico de *Showmatch*.

Showmatch nació en 2006, es conducido por Marcelo Tinelli, quien cuenta con éxitos anteriores como *Videomatch*, magazine deportivo semanal que comenzó en los albores de los años noventa y se transmitía a la medianoche por Telefe. Allí se hacían comentarios sobre deportes y se ponían al aire bloopers internacionales y otros de producción nacional, que los televidentes grababan de manera casera y se enviaban en formato VHS. Por otro lado, se encontraba *Ritmo de la noche*, programa dominical nocturno, que promocionaba artistas

musicales extranjeros y locales y contaba con un staff de bailarinas denominadas las “Tinellis”; en esta emisión también incursionaba parte del elenco: actores, humoristas y periodistas deportivos de *Videomatch*. A lo largo de los años estos programas dejaron de emitirse y un nuevo producto emergió como resabio de aquella ventana televisiva nocturna, en la cual se mostraban mujeres bonitas, había crónicas deportivas y el presentador lograba una empatía absoluta con el televidente. *Showmatch* era un producto nuevo, que continuaba con la impronta de ambos programas, pero con algunas modificaciones importantes, como la inclusión de sketches, cámaras ocultas y un segmento en el cual los integrantes del elenco se contaban chistes. En 1996 Tinelli creó la productora de contenidos *Ideas del Sur* y en 2006, luego de deambular por distintos canales, desembarcó en Canal 13 para consolidarse como líder indiscutible en el horario prime time. Este canal ha sido pionero en la implementación de nuevas tecnologías para mejorar la calidad de la imagen y para ello se ha aplicado la utilización de una norma de alta definición, HD, que permite una mayor nitidez; por lo tanto, su calidad de transmisión es superior a otros canales de televisión. Ese mismo año (2006) *Ideas del Sur* compró los derechos de *Bailando con las estrellas* a la productora Televisa de México y lo denominó *Bailando por un Sueño*. Después la producción de *Ideas del Sur* lo extendió a otros géneros, como *Cantando por un sueño* y *Patinando por un sueño*. *Showmatch* hizo un nuevo aporte de vitalidad y brindó un clima de fiesta y color a la televisión argentina. Durante el mes de junio de 2006 se jugó la Copa Mundial de Fútbol de Alemania y durante ese mes la producción del programa viajó a Europa para transmitir desde allí la cobertura del Mundial, pero los magros resultados y el fracaso del equipo argentino de fútbol registraron los niveles más bajos de audiencia para un programa de gran popularidad. El inicio del segundo certamen de baile del año, en julio de 2006, disparó nuevamente el rating por encima de los treinta puntos. El programa registró un hito importante para la historia de la televisión argentina y para la década que se analiza, ya que su emergencia en la grilla televisiva generó niveles de audiencia elevados y su mezcla de concurso de baile, estrellas y solidaridad logró captar al público.

“Buenas noches América”: contrato de lectura en *Showmatch*

Showmatch, como todo producto de los massmedia, establece con su público una suerte de nexo, un vínculo que se da en el orden de ciertas estrategias enunciativas, (los modos del decir, qué se dice y cómo en un programa determinado). Entendemos la noción de *contrato de lectura* en términos de Eliseo Verón, como la relación entre un soporte, ya sea radial, gráfico o audiovisual y su destinatario. Todo discurso social, desde este enfoque, es generado bajo determinadas condiciones de producción históricas, que dejan “marcas” en él. Para elaborar esta noción del contrato de lectura, Verón se remite a la teoría de la enunciación y a ciertas estrategias enunciativas, las cuales generan un vínculo particular con su enunciatario (Verón, 1985).

Showmatch se presenta como un programa de entretenimiento y humor destinado a la familia, no sólo argentina, sino también hace referencia, en su saludo inicial, a países limítrofes, donde se transmite a través de repetidoras o canales locales. El enunciador abre el ciclo con un efusivo “Buenas noches, América”, donde no hay una restricción precisa para que los menores vean el ciclo o, incluso, puedan participar de la tribuna. Tampoco hay algún indicador de que haya segmentación por edades: todo queda reducido a la advertencia que hace el canal con el anuncio previo, que indica el horario de protección al menor. Es un producto de la industria cultural, que está destinado a las masas indiferenciadas: no tiene un target de audiencia identificada como posible destinatario, sino que el “blanco” son todos aquellos que estén frente a la pantalla. Desde sus inicios el programa ha ampliado y variado la organización temática del ciclo y no se puede clasificar como perteneciente a un sólo género, sino que ha abarcado diversos géneros y subgéneros. Se lo considera un programa humorístico y de entretenimiento, donde hay una competencia de baile, que funciona como un reality show con fines solidarios.

Showmatch es postulado desde su estrategia enunciativa como un programa semanal, que tiene un clima festivo e invita a la distensión y a pasar un rato ameno en un horario central después de un día arduo de trabajo. Este objetivo se percibe a lo largo del programa a través del rol del conductor, que logra establecer un perfil de enunciador que se vincula con el espectador desde el lugar del sentido común. Hace hincapié en sus orígenes humildes con permanentes alusiones a su infancia en su Bolívar natal, habla desde el lugar de un muchacho de barrio que

se hizo de abajo. Agradece a Alberto Badía, quien le había dado un espacio en su programa para que hiciera comentarios deportivos. Además se identifica con el hincha de fútbol apasionado que sufre cuando a su equipo, San Lorenzo, le va mal. Tinelli evoca su infancia y su pasado humilde a la vez que puede hacer algunos comentarios sobre algunos viajes o visitas que hizo al exterior.

El destinatario del programa es interpelado como un sujeto adulto, aunque muchas veces son los niños y adolescentes quienes presencian el programa acompañando a sus padres bailarines o desde la tribuna, alentando a un participante o famoso. En cuanto al lenguaje verbal, el registro que utiliza el presentador corresponde con un registro coloquial o formal, si la situación lo requiere y utiliza, por lo general, palabras del lunfardo. Apunta a una multiplicidad de destinatarios, y para ello el conductor despliega una gran variedad lingüística. Modifica los cronolectos, cuando elige hablar en un lenguaje adulto a los mayores o cuando puede compartir cierto lenguaje con los niños y los jóvenes. Otra variedad lingüística es el sociolecto, que tiene que ver con la segmentación por clases sociales. El código no verbal estaría dado por la vestimenta, los artefactos, el desplazamiento del cuerpo, el uso del espacio y el tono de voz.

El ciclo se asume como un programa familiar, donde se comparten ciertas convenciones acerca del humor y se intenta crear el imaginario de que se forma parte de esa gran familia que es *Showmatch* y Canal 13. En cuanto al público masculino, el locutor pareciera emitir una suerte de guiño con los televidentes en cuanto a los chistes sobre el sexo opuesto, muchas veces de tinte sexual, en doble sentido y cargados de misoginia. Sus comentarios se enmarcan dentro del “todos quisieran estar acá mirando el cuerpo de una vedette”. Podríamos aseverar que el enunciador interpela a los hombres/televidentes como uno más de esa *barra de amigos* que mencionaba Mangone (1992) y que incluye camarógrafos, apuntadores, humoristas y productores, los cuales también participan del juego de chistes, alusiones y referencias al cuerpo de la mujer, a la sexualidad o a las narraciones, que se desencadenan a partir de algún chisme o pelea entre los participantes o el jurado. Es en ese espacio televisivo que se construye un detrás de cámara, donde el conductor puede salir del *plateau* de televisión y ser seguido en su trayecto por las cámaras a un camarín para hablar con alguno de los participantes, construir detrás de los decorados una charla y generar el clima de intimidad o de cita romántica con

alguna de las jóvenes bailarinas. Todo ello seguido por una musicalización acorde y una iluminación tenue, que genera el ambiente apropiado para acompañar ese momento.

El recurso más utilizado en el ciclo es el de la hipérbole. Todo lo que sucede en el programa es llevado al extremo: las emociones son extremas, la música predispone emotivamente, la sexualidad que muestra este ciclo es exagerada, con poses jugadas y propias de acróbatas. La salida del concurso se vive como una cuestión trágica.

En este fenómeno televisivo también podemos dar cuenta de la noción de hiperrealidad (Baudrillard, 1978), en la medida que todo lo que sucede es llevado al extremo y se transparenta. Lo que sucede es sobreactuado por los participantes, pero se intenta que parezca natural y espontáneo. El conductor muestra el detrás de cámara, dialoga con los camarógrafos, apuntadores para dar la impresión de realidad. Para Baudrillard, Disneylandia se construye como una fábrica imaginaria; *Showmatch* construye un mundo imaginario, donde todo es perfecto, la fantasía es llevada al extremo y los sueños son realizables. Una fábrica de sueños, donde una piquetera, un ama de casa, o un actor pueden cumplir su sueño de bailar, crecer profesionalmente o saltar a la fama. Un relato de fantasía hecho a medida.

Tres recursos utiliza el conductor a lo largo del certamen con los participantes. Uno de autoridad: “los hago sufrir”, en cada velada el conductor hace demorar los resultados de las votaciones. El otro recurso que utiliza es comercial: “vamos al corte”. Para cumplir con los anunciantes se dilatan los resultados y se espera que la mayor cantidad de televidentes/votantes emita su voto vía mensaje de texto. El último recurso tiene que ver con una cuestión gramatical: se demora la votación para generar suspenso.

Se utilizan narrativas del melodrama dentro del programa, en el cual el conductor interacciona con alguno de los participantes o integrante de la tribuna para generar una situación amorosa ficticia. Es notorio el interés que generan para el público las historias de amor, que pueden comenzar como ficción y terminar en una relación de noviazgo o en boda; luego puede ser seguida en las publicaciones gráficas y los programas subsidiarios. Esto sucedió con Pedro Alfonso, productor artístico de *Ideas del Sur*, quien entabló un vínculo amoroso con la modelo Paula Chávez, una de las participantes. La repercusión de este romance, nacido en el camarín de la bailarina y los distintos rebusques del joven para cortejarla en vivo y en directo, en *Bailando por un Sueño* y los programas subsidiarios *El Show de la Tarde* y *Sábado Show*, los convirtió en una de las parejas favoritas por el público juvenil.

Alfonso pasó de ser asistente de producción a interpretar canciones de Ricardo Arjona y Montaner, recitar poesías e imitar pasos de Axl Rose para conquistar a la modelo; este grado de exposición le permitió pisar la pista de baile y abandonar la tarea de productor.

La narración verbal del animador es el hilo conductor del programa, quien le da continuidad y entrelaza con la palabra todos los espacios del programa; su cuerpo se desplaza dentro y fuera de la pista de baile. Él es quien les da la palabra a los miembros del jurado, interviene en alguna discusión y actúa como moderador entre las partes que discuten. El conductor es quien decide que se hable sobre determinadas temáticas: “De ese tema (en referencia al SIDA que padecía un miembro del jurado) quiero que no hables, porque yo no quiero que hables”, dice Tinelli en respuesta a Graciela Alfano, miembro del jurado, en una de las discusiones que mantuvo con el coreógrafo Aníbal Pachano, integrante del jurado. De este modo, es el locutor quien otorga la posibilidad de hablar, de defenderse y les da derecho a réplica a algunos de los concursantes, no sólo sobre temas referidos a la apreciación que hace el jurado, sino en relación a los dichos, rumores o peleas que se entretajan en los camarines, los ensayos y en el reducto de la vida pública y privada.

El fútbol siempre es interpelado en clave nostálgica: “qué manera de sufrir con el partido”, es la frase que se repite en el show luego de los partidos del fin de semana. Durante el año 2012, por la baja en el rating a causa de *Graduados* (Telefe), Tinelli decidió probar a la bailarina Alexandra Larsson como jugadora de fútbol. Su buen desempeño motivó que se montara en el set de televisión una cancha de fútbol playero con equipos conformados por dos personas. Este cambio en el segmento rindió sus frutos y el programa repuntó en los niveles de audiencia y puso de manifiesto la capacidad de Tinelli para inventar segmentos nuevos y explotar personajes controvertidos y divertidos que puedan generar rating.

La mayoría de las emisiones de *Showmatch* son grabadas, son la regla, sin embargo las galas de eliminación son en vivo y por este motivo provocan mayor nerviosismo y suspenso ya que se define la continuidad en el certamen. Desde la productora de *Showmatch* se quiere instalar la idea de que todo lo que sucede es azaroso y sorpresivo; sin embargo, se percibe que detrás de estas situaciones está el trabajo de un guionista. Las peleas, muchas veces están armadas: son pactadas en los camarines por los propios bailarines o miembros de la producción, que sugieren a los concursantes discutir sobre tal cuestión o pelear con tal estrella.

El imaginario de solidaridad y entretenimiento que construye Ideas del Sur.

Ideas del Sur, como productora, generadora de contenidos, comparte cierto imaginario de solidaridad, que no sólo se traduce en acciones benéficas por parte de los soñadores, sino que esta concepción es más amplia y se da a lo largo de las emisiones con los participantes. Por ejemplo, cuando deben abandonar el ciclo, son eliminadas o alguno sufre un acontecimiento desdichado. Este imaginario de solidaridad se hace extensible, no sólo a la productora y al elenco de bailarines y jurados, sino también a la comunidad artística y televisiva ante un hecho inesperado o trágico. Ante la ausencia del Estado para resolver ciertas carencias materiales en la salud o educación, el programa se presenta como una alternativa para llevar a cabo acciones sociales, a modo de asistencialismo. Desde el punto de vista que propone el show, la solidaridad estaría vinculada a nociones como fraternidad (cuando da cuenta de la productora como una gran familia y se autodenomina con un “nos” inclusivo) y de asistencialismo (que intenta lograr un orden social más justo, tratando de suplir carencias económicas).

La función de la industria cultural es generar productos nuevos de distinta índole: entretenimiento, información y educación, que resulten exitosos para el mercado y sean vistos por las masas. En un principio, la televisión perseguía tres objetivos: educar, informar y entretener, pero hacia el final del siglo XX, primó el entretenimiento sobre las otras dos formas.

Bailando por un sueño se define como un producto, cuyo objetivo es entretener: al entretenimiento no se le pide razonamiento analítico. Por lo tanto, este programa debe ser entendido en el contexto de un show que busca distender al televidente en los momentos de ocio, luego de un arduo día de trabajo. El entretenimiento integra actividades que la gente disfruta e intenta practicar, escuchar o ver. El espectador no debe trabajar con su propia cabeza: toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual debe ser evitada. La industria cultural sólo solicita al individuo su disposición al entretenimiento. (Horkheimer y Adorno, 1973).

Durante muchos años la cortina de inicio, que identificó al programa era “Twist and shout” de los Beatles, tema de apertura de *Videomatch* en los noventa. En otras ediciones, las canciones de apertura variaron desde “Mas” de Ricky Martín, cuyo estribillo decía “Más, más a la vida hay que pedirle más, a la vida como si fuera la última noche”, o Ricardo Montaner, Soy Feliz (2010) “soy feliz, soy feliz vamos que la vida es una fiesta, deja la queja ya la vida es

corta ya”. “Ole” de Gitanos (2012), “Hay que salir al sol” de Fito Páez. Sin embargo, la primera cortina de inicio de los Beatles se ha vuelto a utilizar en más de un programa de *Showmatch* como un guiño al televidente, que sigue el programa desde los años noventa. Esa melodía es característica de este programa e indica el regreso del show más esperado de la televisión en la promoción del canal. Las canciones promocionales del programa nos permiten dar cuenta de cierto concepto sobre el entretenimiento y el espectáculo que propone la producción. Melodías que invitaban a despejarse, a dejar de lado la tristeza, donde se hacía referencia a los amigos y a la familia. Es, en cierto modo, un indicador de la época histórica que se estaba viviendo, cuando no había grandes preocupaciones de índole institucional y política. La posición política de *Ideas del Sur*, sostenida en esos años, era de apoyo incondicional al gobierno, en consonancia con la bonanza económica y la política de Derechos Humanos.

Bailando con las estrellas y su adaptación argentina.

Bailando por un sueño, es la adaptación argentina del ciclo *Bailando con las estrellas* (Televisa, México), que a su vez es una versión de *Dancing with the stars* (EEUU). Para dar cuenta de la versión local, se deben tener en cuenta rasgos propios, que tienen que ver con la impronta de la argentinidad y del ser nacional: cierto tono melancólico en la presentación del soñador, imágenes conmovedoras y testimonios de algún familiar que, en la mayoría de los casos, derivan en la demostración de emociones, llanto y muestras de fraternidad.

La musicalización es un recurso importante que indica que se está ante la presencia de un momento “dramático” o divertido. En la instancia de “salvación”, cuando una pareja es “rescatada” por decisión del jurado, del duelo del voto telefónico, se escucha el principio del tema de Handel “Hallelujah”, en alusión al momento afortunado que se vive. La estructura narrativa del programa indica que, cuando una pareja es eliminada y debe abandonar el concurso, se está en presencia de un hecho desgraciado y trágico, que desencadena una seguidilla de agradecimientos, llanto, muestras de afecto y solidaridad entre el resto de los concursantes. “*Bailando...*” es un verdadero reality show de la desgracia, donde se libra una competencia encarnizada y una feroz pelea con el jurado; pero al final todos son una gran familia televisiva. Se puede discutir y pelear, pero finalmente llega la reconciliación, se

muestran respeto y se encuentran en gran comunión. Sin embargo, al interior del programa surgen distintas estrategias para ganar el certamen, que no tienen que ver con la destreza y el talento, sino con estrategias que van desde peleas, romances, y nuevas transformaciones sobre el cuerpo. “Esto es un reality y cada uno usa las armas que tiene del mejor modo para ganar el juego” señala Marcelo Polino, miembro del jurado. En este concurso son necesarios otros elementos y destrezas para ganar. Saber bailar no es determinante: se necesita carisma, ángel, simpatía y creatividad para divertir en cada previa de la coreografía.

En *Bailando por un sueño* los participantes muchas veces son sometidos al escarnio y al sufrimiento por no saber si continúan o no dentro de dicho show, debido a largas esperas para conocer los resultados de la votación. Esto es producto de los imperativos del rating y las pautas comerciales, que exigen que el conductor vaya al corte y recién en el siguiente bloque diga el porcentaje de votos para cada pareja de baile. En esa pausa se generan momentos de tensión, crisis de nervios, algunas con cierto grado de exageración y sobreactuación por parte del elenco.

En *Bailando con las Estrellas (México)*, los jurados tienen la particularidad de ser de distintas nacionalidades. La crítica que hacen es breve; sólo se focalizan en evaluar la disciplina artística y no polemizan sobre la vida privada de los participantes. El hecho de que el tribunal esté conformado por más de diez miembros de distintos países genera una relación más distante con los concursantes, los cuales tienen poco tiempo para hablar sobre el desempeño de los bailarines y todo se limita estrictamente a la competencia de baile. En el escenario sólo se encuentra la presentadora y los bailarines. A diferencia de *Bailando por un Sueño*, no hay un show con comentarios previo al baile; tampoco hay elenco estable de bailarinas detrás del conductor, ni tanta expectativa y nerviosismo a la hora de presentar la devolución.

Dancing with the stars (EEUU), es conducido por dos presentadores, un hombre y una mujer; los decorados, la escenografía, el despliegue de luces, al igual que la banda en vivo es similar a los primeros años de *Bailando por un sueño*. Sin embargo, cuando una pareja es descalificada del certamen desaparecen, de la escena de manera rápida y no tienen posibilidades de hacer descargo alguno, despedirse y agradecer. En cambio, en la versión nacional, a cada eliminación le sigue un sinfín de agradecimientos, lágrimas, saludos y gestos de aliento.

En *Bailando por un sueño* se intenta mostrar que todo se desarrolla de manera espontánea, especialmente los enfrentamientos entre concursantes y jueces, porque la acción se desarrolla en vivo y en directo. Mario Carlón sostiene que el vivo televisivo, plantea que estamos viendo algo en el momento que está sucediendo, y esto le otorgaría estatuto de lo real: “El vivo televisivo es un técnica de lo real”. Sin embargo, algunos programas son grabados, aunque las galas importantes y las de eliminación que comprometen la continuidad de los participantes son transmitidas en vivo. El hecho de que las galas de la eliminación sean en vivo y en directo genera más suspenso y nerviosismo en el público y en los participantes. Es muy importante el rol de la tribuna, que acompaña a la pareja de baile, que aparece poniendo el cuerpo, saludando a cámara o hablando con el conductor, si éste lo requiere, y se expresa a través de pancartas, carteles y cánticos. *Bailando por un sueño* se construyó como un programa muy distinto, con sus especificidades completamente diferentes a las versiones de otros países.

Capítulo III - La representación del cuerpo en *Showmatch*.

Cuerpos, cirugías y cabelleras platinadas: esquema de belleza en *Showmatch*.

El esquema de belleza corporal que ofrece el programa es el de un ideal femenino, que se adquiere con la intervención de la ciencia, la técnica y el uso de materiales. Las cirugías estéticas se han multiplicado en los últimos tiempos, al igual que se han perfeccionado las técnicas para realizarlas: implantes mamarios, inyecciones de toxina botulínica (botox), lipoaspiraciones y rellenos de colágeno en boca, pómulos inclusive párpados. Las personas no sólo recurren a la práctica del embellecimiento de la mano del bisturí, sino también a través de tratamientos intensivos para el cuidado de la piel y para detener el envejecimiento: sesiones de electrodos para tonificar los muslos, terapia ortomolecular que actúa de manera regenerativa en las células. *Showmatch* impone una estética y un ideal de belleza artificial, que una parte de la comunidad femenina admira y desea imitar y que parece posible sólo a través de los avances científicos, la industria química y las cirugías plásticas.

Este imaginario de belleza es la continuación de un proceso que se inició mundialmente en Occidente en los años sesenta, donde el embellecimiento se convirtió en una práctica generalizada, se abrieron más institutos de belleza y el consumo de productos cosméticos creció de manera exponencial. A propósito del imaginario de esa década, Le Breton sostiene que el cuerpo tiene una mayor importancia en la vida cotidiana y en los debates: “El hombre occidental descubre que tiene un cuerpo y la noticia se difunde y genera discursos y prácticas marcadas por el aura de los medios masivos de comunicación” (Le Breton, 2010 [1990]:9).

El cuerpo es observado en su carácter simbólico, como efecto de una construcción social y cultural, donde las representaciones corporales y los saberes acerca de éste son construidos colectivamente; el cuerpo no existe en sentido natural, sino que está inserto en la trama del sentido (Le Breton, 2011 [1992]).

En el año 2000 se produce una verdadera revolución, que impone a la lipoaspiración como predominante, seguida por la cirugía de párpados, pechos, todas más numerosas que las de lifting. La silueta triunfa, imponiendo definitivamente en la “parte inferior del cuerpo” su referencia activa, móvil, sobre un rostro que durante tanto tiempo resultó dominante (Vigarello,

2009: 234). El maquillaje y los cosméticos se convierten en objetos indispensables: sin ellos el rostro sería algo mal cuidado; el maquillaje se convierte en la única expresión posible e incluso la única verdad (Vigarello, 2009: 226). Los cuerpos son sometidos a un proceso de transformación para que luzcan lozanos, atractivos y bronceados; los rasgos de envejecimiento deben ser ocultados y para ello se utiliza la técnica del maquillaje. Esta práctica es un recurso importante para transformar los rostros, y ocultar ciertas imperfecciones de la piel, como el acné, arrugas o cicatrices.

Vigarello sostiene que en el mundo de la imagen se impone la presencia física y la belleza existe como primer factor de atracción. En relación a las divas de los años '30 decía: "Un inmenso sueño social y estético acompaña a las divinas: su pasado modesto, su constante entrenamiento, las vuelve más familiares por más que sigan siendo sin igual. Se parecen a quienes las miran" (Vigarello, 2009). Sin embargo, la belleza de las divas también era una belleza construida. Al interior de una sociedad, la televisión como medio hegemónico intenta crear un modelo identitario y contribuye con su mandato estético a que muchas jóvenes quieran imitar esos esquemas corporales. No es casual que de acuerdo a informes de la Sociedad de Cirugía Estética Plástica y Reparadora Argentina, de las intervenciones de mamas que se realizan un 58 por ciento corresponde a jóvenes de entre 19 y 34 años, y también son frecuentes la cirugía de nariz y la lipoaspiración.

Este canon de belleza que proponen los medios de comunicación no guarda relación alguna con otros tipos de estética juveniles, ni con los cuerpos de la mayoría de las adolescentes. Por el contrario, estos grupos son considerados "raros", mientras los travestis y los transexuales son incorporados a la televisión y mostrados de manera moderada, sometidos a las reglas de la cultura de masas, que suavizan y moldean a su manera. Dentro de las imágenes que ofrece el programa podemos destacar la gran importancia que se le da al cuerpo de la mujer y a sus partes bajas. También es de gran importancia destacar su gestualidad, su mirada, su sonrisa, sus poses, sus accesorios, joyas y relojes de alta gama, sus gastos ostensivos, como un indicador de novedad, lujo y opulencia. Por lo tanto, el cuerpo del famoso se convierte en objeto de deseo, admiración y veneración así como también su existencia lujosa, en definitiva su estándar de vida. Como sostiene Alina Mazzaferro:

"Las estrellas cinematográficas y televisivas de hoy ocupan el lugar de los reyes y reinas de otras épocas pues representan esa economía ilimitada, que es la de la fiesta....Son amos en términos de Bataille porque se reservan el privilegio del ocio, del derroche, de la trasgresión, de la fiesta. El resto de los hombres sólo podrán

participar de esa soberanía imaginariamente, identificándose con la celebridad, viajando con ella por el mundo y siguiendo sus andanzas pero desde los sillones de sus casas, pues para éstos la soberanía se mira por televisión (Mazzaferro, 2010:6).

En la televisión los cuerpos son transformados por el maquillaje, las luces y las cirugías estéticas; la dinámica televisiva exige los cambios de planos, una iluminación adecuada que favorezca el perfil de tal o cual estrella mediática. Este cuerpo televisivo es, en general, delgado, musculoso, de abdomen chato, nalgas firmes y redondas. Los cuerpos femeninos que se muestran son, en su mayoría de vedettes, modelos y actrices. Los cuerpos de las modelos son delgados, esbeltos, muchos gozan de una belleza natural. Por otro lado, el de las *vedettes*, delgados también, tienen curvas pronunciadas, cinturas estrechas, pechos con prótesis de siliconas, glúteos con metacrilato y, en su mayoría de cabellera rubia. Todos estos tratamientos, ya sean capilares (apliques de extensiones de cabello y tintura para borrar los signos de envejecimiento en el cabello) o el ocultamiento de la celulitis a través de la técnica del maquillaje, dan como resultado una verdadera fábrica de “stars” televisivas. Además logran llegar al certamen a fuerza de algún escándalo con la intención de convertirse en estrellas; pero también en algunos casos coinciden en el escenario con personalidades del espectáculo con trayectoria y talento.

La industria de la televisión y de este show en particular se percibe entonces como una fábrica de muñecas rubias, de curvas perfectas, con bocas con colágeno y colas moldeadas con metacrilato. Los cuerpos de las vedettes y particularmente la cola se convirtieron en objeto de admiración dentro del ciclo en relación a otras partes del cuerpo, como las piernas o el rostro. Un ejemplo son los desfiles de modas, donde ya no se utilizan las *mannequens* tradicionales, sino jóvenes más voluptuosas, como Rocío Marengo, Belén Francese, Yesica Cirio, Claudia Fernández, Luciana Salazar y Evangelina Anderson, entre otras. Un ideal de belleza que venera la juventud, los cuerpos voluptuosos, de proporciones generosas pero de cinturas estrechas. Muchas de ellas, apenas ingresan al mundo de los medios, deciden someterse a alguna intervención quirúrgica, para aumentar el volumen de las mamas, afinarse la nariz o agrandar la cola. De este modo, todos los cuerpos que no se estructuran detrás de este patrón estético y no son exuberantes, quedan excluidos del ciclo y no son motivo de admiración. El programa establece el imaginario de mujer como objeto de atracción, erotismo y deseo. Los cuerpos de las vedettes cumplen con esta finalidad: la de lograr impactar en el televidente y en el público masculino en particular, destacando las partes inferiores del cuerpo, el vientre, la cola, el

abdomen y los senos. El programa pondera la belleza femenina y reduce el cuerpo de la vedette a un mero objeto de deseo sexual, placer y goce. Las vedettes son sometidas a distintas pruebas, cuestionarios sobre cultura general, a través del cual se intenta reflatar el preconceito de que las mujeres bellas no son inteligentes o de que las rubias son “huecas” y no razonan; de allí este estereotipo de mujer: “la rubia linda pero tonta”.

Si hacemos un promedio sobre las participantes, estas mayormente son rubias, tienen alguna operación quirúrgica y cuentan con algún escándalo en su historia personal. En décadas pasadas quedaron los casos de las divas del cine o de la televisión, que contaban con estudios de danza y/o teatro, tenían trayectoria, talento, encanto y carisma y eran reconocidas por estas cualidades (Olga Zubarry, Zully Moreno, Tita Merello). Las vedettes actuales o jóvenes mediáticas son reconocidas sólo por su aparición en el medio, su inmediatez televisiva que deviene producto de un escándalo, de la grabación de un video de tono sexual (Mónica Farro) o de la vinculación con algún deportista famoso (Wanda Nara). La lógica de la televisión impone una inmediatez televisiva y una fama repentina, que implica la exposición del cuerpo en los programas de chimentos, en los *reality* o en los estudios mismos de *Showmatch*. El conductor le otorga protagonismo a participantes de la tribuna, como el fan de Wanda (Mariano de la Canal), Tito Esperanza (guardaespaldas de Ricardo Fort), Pedro Alfonso (productor del ciclo). La televisión misma se constituye como un semillero de nuevos mediáticos, que luego son integrados a otros productos, como *Soñando por Bailar* (Ideas del Sur), *Cantando por un sueño* o *Este es el Show*. No es necesario ir a buscar actores a las escuelas de teatro, ni bailarines en los conservatorios de danza: los mediáticos no esperan ser convocados: van en busca de su instante de fama televisiva y con este objetivo, frecuentan los estudios de televisión, la tribuna o se vinculan con la farándula.

La mujer en primer plano: el cuerpo de la vedette como objeto sexual

Como señalábamos en el apartado anterior, la belleza que propone el programa es predominantemente femenina. Sin embargo, cada vez son más los hombres que se animan a embellecer su cuerpo, ya sea través de la práctica del maquillaje, las cirugías y la práctica de

depilarse. Se immortalizan imágenes de torsos, trabajados a través del gimnasio, con abdómenes marcados.

En las ediciones que observamos podemos dar cuenta de cierta tendencia a mostrar en mayor medida el cuerpo desnudo de las bailarinas; los planos, que se seleccionan por parte del realizador para mostrar al televidente, muestran esta tendencia. Para enfocar la cola y los pechos de las bailarinas, se utilizan los primeros planos y los planos detalle. Los planos generales se muestran en pocas ocasiones, cuando se intenta distender, mostrar la pareja o se trata de bailarinas “maduras”, que muestran pocas partes de su cuerpo descubiertas. La topología compone el genérico de una mujer independiente, hermosa, que exhibe su belleza y goza de gran libertad sexual y dominio sobre su cuerpo. Sin embargo, esta mujer queda reducida a un cuerpo sexualizado: ella es banalizada, ridiculizada, reducida a su apariencia física. Las producciones y los diálogos nos devuelven la imagen de una mujer atractiva, como objeto sexual, y poco inteligente. En definitiva, la intencionalidad del programa era mostrar los cuerpos de los bailarines, como cuerpos sexualizados, bellos y frívolos.

Cuando el ciclo comenzó en el año 2006, hubo tres concursos: en el primero participaron ocho parejas y allí Carmen Barbieri y el soñador Cristian Ponce resultaron ganadores con el 58,92 por ciento de los votos, y Dady Brieva y Mirtha Lima subcampeones con el 41 %; Jessica Cirio y Miguel Ángel Cherutti habían llegado a semifinales. En sus inicios se convocaba a ex vedettes de larga trayectoria, como Moria Casan y Carmen Barbieri, y actrices reconocidas, como María Valenzuela o Anita Martínez. Además participaban galanes maduros, como Gino Reni y ex deportistas. A lo largo de las distintas ediciones se fueron incorporando chicas cada vez más jóvenes y de menor trayectoria. La idea original del producto era poner en primer plano la figura del soñador y la misión benéfica; para ello había un video introductorio sobre el sueño, segmento que fue eliminado a lo largo de las ediciones. En el 2008 el número de parejas alcanzó a treinta dos, el más alto desde que comenzó el concurso. El jurado estaba conformado por cuatro o cinco miembros, que eran ex vedettes y bailarines de la revista, como Moria Casan, Carmen Barbieri, Reina Reech, Laura Fidalgo, y Graciela Alfano. También participó Aníbal Pachano (coreógrafo), Gerardo Sofovich, (productor y conductor televisivo) y Jorge Lafauci, (crítico).

En cuanto el estereotipo de belleza que promueve el programa y el cuerpo de la vedette, podemos trazar una suerte de parangón entre *No toca botón* y *Bailando por un sueño*. En la

década del ochenta el programa de Olmedo también pretendía mostrar el cuerpo de la mujer desnudo y con poca vestimenta. Este cuerpo que se mostraba era más real y natural, con caderas más anchas, sin implantes excesivos de silicona. La mayoría de las jóvenes tenían pechos naturales, se estilaban cirugías de nariz, pero no estaba tan difundida la cirugía de glúteos y mamas como una práctica usual entre las vedettes y modelos. Por lo tanto, el caso de *No toca Botón* a fines de los setenta y principios de los ochenta, con la presentación de vedettes sensuales, en minifalda o ropa interior, se constituye en un caso paradigmático en eso de mostrar el cuerpo semidesnudo de la mujer. *Showmatch*, un cuarto de siglo después, profundizó esa tendencia con escenas más jugadas, que rozan lo obsceno, corren la frontera de lo pornográfico, dando lugar a un nuevo tipo de representación del cuerpo de la vedette.

Showmatch, programa que corre los límites de la pornografía.

En este apartado entendemos la noción de pornografía como la describe Bernard Arcand: como un fenómeno social, una etiqueta que se coloca de manera colectiva a determinados productos que muestran sexo explícito sin otra finalidad. Además considera pornográfico “lo que la sociedad declara como tal” (Arcand, 1991: 28). Este antropólogo propone la categoría “pornografía” como histórica y variable: esta puede cambiar de un período histórico a otro y es definida por cada sociedad en un momento determinado. De allí el éxito del popular baile del caño, de las escenas “hot” de streap dance y de los bailes sensuales como la lambada, donde las bailarinas muestran las partes bajas del cuerpo. Estos son los segmentos más esperados por la audiencia, ya que la sexualidad es de gran importancia en los medios de comunicación. Si analizamos escenas del programa, donde se muestran a dos bailarines simulando el acto sexual, o el conductor cortando la pollera de la bailarina para mostrar la cola de la participante, podemos dar cuenta de cierta intencionalidad de correr los límites de lo permitido. Si bien fue la primera vez que un programa presentó el baile del caño, el recurso de mostrar cuerpos sexualizados lo podemos encontrar en la década del sesenta, por ejemplo, en los primeros planos a los movimientos pélvicos del cantante Sandro (Cfr. Mazzaferro, 2013). La televisión usó el cuerpo y la sexualidad de los ídolos para mostrarse rupturista y ganar audiencia; por lo tanto es un recurso muy utilizado por el medio televisivo. La presentación de bailes “jugados”, como el streap dance, donde en una ocasión Silvina Escudero, quedó con los senos al

descubierto, mientras un bailarín le besaba los pechos son muestra de ello. La referencia por parte del conductor a los órganos sexuales masculino y al tamaño de los mismos son otra muestra de la importancia que se le da a la sexualidad y a la grosería en el ciclo. Se recurría a mostrar una sexualidad estereotipada y sólo determinadas profesiones son tenidas en cuenta como posibles portadores de una sexualidad explosiva y activa. Oficios o roles, como bombero, azafata, policía y mecánico son utilizadas para las escenas de sexo más osadas.

Estas escenas veinte años atrás eran impensadas para un canal de televisión abierta; por consiguiente, se corren los límites más allá de lo tolerable. El programa puede entretener a toda la familia con contenidos de carácter erótico, mujeres con diminutos atuendos y con poses sugerentes; se trata de un show de gran aceptación social, como programa de entretenimiento y consumo familiar. De manera paulatina se corren los límites de lo pornográfico, dando lugar a una escena “más jugada”, cada año en cada edición. En una primera etapa, Nazarena Vélez quedó con sus senos al descubierto. El límite lo podía poner el censor, en este caso el COMFER, que decidió multar a la productora, cuando la vedette Cintia Fernández en un baile, se desprendió la bikini y quedó con su vagina al descubierto. La multa de una cifra irrisoria para un programa con ese volumen de facturación no causó perjuicio alguno a dicha productora, que logró con sólo esa imagen una importante repercusión en la primera plana de todos los medios gráficos, menciones en ciclos radiales y motivo de debate y discusiones morales. En consecuencia, la lógica de correr el límite más allá de lo permitido está latente en el programa y resulta un recurso eficaz para promover y difundir el programa.

El baile del caño es un elemento extra televisivo, un objeto que pertenece al ámbito del “night club” y es incorporado al certamen; éste recrea el imaginario de un club de copas, donde los hombres asisten a ver mujeres bonitas con ropa interior. Por los aspectos que señalamos anteriormente es importante su realización y su éxito. El programa intenta mostrar los cuerpos sexualizados de los bailarines bajo el pretexto de una performance de baile, donde se simulan todas las posiciones sexuales, y se juega con la estética de la bisexualidad (mujeres que se besan para captar la atención del auditorio masculino). En la mayoría de los programas de Tinelli existe este imaginario de grupo de hombres que asisten al cabaret y son un tanto machistas y vouyeristas. En *Videomatch*, el elenco, como un grupo de amigos, observaba videos de mujeres bonitas con poca ropa, como en el segmento del Bikini Open. Uno de los núcleos organizadores del ciclo era la visita al cabaret (Mangone, 1992). En *Showmatch*, el

“striptease” se traslada al estudio de televisión, en tiempo real y con vedettes en vivo en el piso de la productora.

La danza como una disciplina adaptada al medio televisivo.

En el show más importante de la televisión lo primordial es pertenecer al medio. No es importante cuánto conocimiento se tiene sobre danza: la mayoría de los que acuden tienen una trayectoria de tipo amateur en el campo de la danza e inclusive en el mundo del espectáculo. Se buscan personalidades del espectáculo, ex vedettes y actrices. Dentro del jurado hay roles bien definidos: hay un jurado que obra de “malo”, que se caracteriza por poner bajo puntaje y criticar de manera puntillosa cada detalle, por ejemplo Pachano, por sus conocimientos de comedia musical. En otro momento Marcelo Polino y Gerardo Sofovich también ocuparon ese rol. Otros interpretan el rol de evaluador moderado. Por ejemplo, Moria Casan, jurado en varias ediciones, se caracterizaba por hacer comentarios punzantes, aunque era generosa con las notas y generaba escándalos por sus dichos. Hay un miembro al que se le reserva la posibilidad de evaluar de manera secreta; el día de la eliminación se da a conocer este puntaje, que resulta determinante. De esta manera los participantes, que no son rescatados por el jurado, quedan librados al voto telefónico o al mensaje de texto vía telefonía celular.

Se implementan nuevos géneros de la danza, que se adaptan al medio televisivo. Todo lo que la televisión incorpora lo adapta a su conveniencia; muestra de ello son las transformaciones que sufren los distintos bailes tradicionales, y los ritmos que se incorporan, como el *aquadance* (ballet acuático), el *streak dance* y el reggaetón. Se modifican los pasos de baile y las transformaciones de vestuario, que podían llegar a ser más osadas con el fin de mostrar más partes del cuerpo desnudo de la mujer. En el caso del baile de lambada son recurrentes los primeros planos a la cola de la bailarina, como así también se espera algún error, que algún escote se corra y deje al descubierto el seno de la bailarina, como el caso de Virginia Gallardo. En la danza árabe no se respeta la vestimenta original (pantalón de seda largo sobre una falda larga), sino que se incorpora una suerte de bikini, que se tapa con un diminuto caderín. Esto implica transformaciones, que sufren no sólo las coreografías, que se tienden llevar al plano de lo sexual y erótico, sino que el ganador del concurso no es el que

haya danzado mejor o haya sido profesional, sino el que logra seducir al público con su carisma, humor y simpatía.

La estigmatización del cuerpo: la participación de la piquetera Nina Peloso.

En el contexto de crisis social y política que se había iniciado a fines de los noventa surgieron nuevos actores sociales, que irrumpieron en la escena política, social y también en los medios de comunicación: los piqueteros. La figura de Raúl Castells y su mujer Saturnina “Nina” Peloso era de vital importancia dentro de los movimientos de piqueteros, debido a la pauperización de los sectores sociales. Raúl Castells, titular del MJyD (Movimiento de Jubilados y Desocupados), por ese entonces había instalado un comedor en la lujosa zona de Puerto Madero, donde se vendían productos artesanales para sustentarlo. La presencia de un merendero piquetero en ese lugar exclusivo y sólo accesible a las clases altas, se convirtió en motivo de disputa con los vecinos y comerciantes de la zona. Ambos gozaban de una gran presencia mediática; la producción de Tinelli decidió incorporar a su esposa, la militante social y piquetera Nina Peloso, como bailarina.

Nina, una militante social de origen campesino muy humilde, proveniente de la ciudad de Bella Vista, Corrientes, que con tan sólo siete años había ingresado al mundo del trabajo, se vio seducida por el mundo de la televisión, los camarines y le gustaba la idea de aparecer como una diva televisiva. No contaba con experiencia sobre el mundo del espectáculo y la danza, y en su cuerpo llevaba el estigma de las luchas sociales, la pobreza y las protestas callejeras. Nina intentó llevar a la pista de baile la lucha de los más humildes y de los reclamos docentes, como cuando apareció en el estudio con un cartel sobre su cuerpo, pidiendo justicia por el crimen del docente Fuentealba asesinado en Neuquén. Cada una de sus presentaciones fue acompañada desde la tribuna por un centenar de activistas, entre los que también había niños que la alentaban.

Este producto televisivo debe ser interpretado en función de la integración que produce la cultura de masas, donde hay lugar para una multiplicidad de sujetos sociales que ingresan a la esfera televisiva, como travestis, enanos y actrices porno. Un show que ambiciona mostrar a la sociedad como una totalidad integrada, y para ello apuesta a la heterogeneidad en función de

un espectáculo, donde todos pueden coincidir en un estudio de televisión sin confrontar. En la pista de baile se intentan borrar las diferencias sociales, políticas y culturales. En la industria cultural se aplican mecanismos para borrar estas diferencias. Uno es la desactivación de las diferencias sociales e integración ideológica; de este modo, a Peloso se intenta representarla desprovista de su lenguaje combativo, desideologizada y desprovista de su identidad social. Una de las performances más destacadas fue la del baile del caño, donde la referente social apareció con un casuit de cuero brillante de color negro y con un látigo en su mano, recreando una práctica sadomasoquista junto al bailarín Facundo Mazzei. En distintos programas, sus movimientos que denotaban su falta de práctica en esta clase de baile fueron replicados ininidad de veces en distintos ciclos de chimentos para ridiculizarla y burlarse de su persona. Otra de las performances importantes fue la de danza disco de los setenta, donde ensayó pasos al estilo “*Fiebre de Sábado por la noche*” o cuando bailó salsa. Sin embargo, más allá de que se intentó a través de la técnica del maquillaje y de la vestimenta convertir a Nina en una vedette, este rol de bailarina con lentejuelas, lejos de ocultar su identidad y su pasado de luchas sociales, acentuó aún más su habitus de clase. Al igual que afirma Berger sobre la imagen de los campesinos que usaban traje -“Los trajes confirman y realzan la presencia física de quienes los llevan” (Berger, 1979:53)-, en el cuerpo de Nina se advierte su clase social, en sus manos, curtidas por el trabajo, en su forma de agarrar el caño. Su vestimenta es la de una bailarina, pero en sus movimientos se ve claramente que no lo es. Por lo tanto, si bien el cuerpo de Nina es sometido a un proceso de transformación para volverlo más atractivo y su vestimenta es la de una diva, no se puede ocultar su identidad de clase. El vestido no oculta su origen humilde: “lejos de preservar la identidad física, la deforma” (Berger, 1979:53).

En el transcurso del programa se produjeron incidentes entre los seguidores de la piquetera y el jurado que perjudicaron a la participante; hasta Castells bromeó con Tinelli que el duelo final sería Paula Robles (esposa del conductor) y Nina Peloso. Luego de ocho semanas y de un bajo puntaje, Nina perdió frente a Ileana Calabró y fue expulsada del ciclo; con esto se puso fin a su sueño de permanecer en el medio, como una *celebrity* y de continuar una carrera en el teatro de revistas.

Feos, sucios y torpes: la Mole Moli y la Tota Santillán.

Estos dos participantes recibieron un tratamiento particular en cuanto a su estatura, su peso y las partes de su cuerpo. En el caso de la Mole Moli, ex boxeador, aquellas partes de su cuerpo que no se encontraban higienizadas, como las uñas de sus pies, eran motivo de comentario y broma. Por otra parte, la altura, peso, y extremidades de la Tota Santillán eran motivo de risa, de comparaciones exageradas y ofensivas. Carmen Barbieri llegó a decir que para que el ex *Pasión de Sábado* hiciera el aquadance “eran necesarias las piletas de Obras Sanitarias”. En la performance de videoclip, Santillán interpretó al cantante de Kiss, con su característico maquillaje que le cubría el rostro de blanco y negro; en esta interpretación fue comparado con el dibujo animado Kun Fu Panda, mientras se escuchaban risas del equipo de humoristas y la producción. La dimensión de sus tobillos también era objeto de burla y de asombro, al igual que sus pies, que eran enfocados en primer plano y plano detalle.

En la actualidad no sólo la belleza femenina es objeto de admiración, sino también los cuerpos masculinos; por lo tanto, si estos no cumplen con los cánones de belleza propios de un bailarín, un modelo o un atleta son ridiculizados y son objeto de burla y hostigamiento. Respecto de la imagen del cuerpo grotesco que existía en la Edad Media Bajtin sostiene: “Es perfectamente comprensible que, desde este punto de vista, el cuerpo del realismo grotesco les parezca monstruoso, horrible y deforme. Es un cuerpo que no tiene cabida dentro de la *estética de la belleza* creada en la época moderna.” (Bajtin, 1987:15). En más detalle se ahonda sobre este tipo de corporalidad:

“A diferencia de los cánones modernos, el cuerpo grotesco no está separado del resto del mundo, no está aislado o acabado ni es perfecto, sino que sale fuera de sí, franquea sus propios límites. El énfasis está puesto en las partes del cuerpo en que éste se abre al mundo exterior o penetra en él a través de orificios, protuberancias, ramificaciones y excrecencias tales como la boca abierta, los órganos genitales, los senos, los falos, las barrigas y la nariz. En actos tales como el coito, el embarazo, el alumbramiento, la agonía, la comida, la bebida, y la satisfacción de las necesidades naturales, el cuerpo revela su esencia como principio en crecimiento que traspasa sus propios límites.” (Bajtin, 1987: 14).

Mijail Bajtin reconoce que la concepción del cuerpo del realismo grotesco y folklórico sobrevive hoy en varias formas actuales de lo cómico, que aparecen en el circo y los artistas de feria (Bajtin, 1987:15).

La Mole Moli podría comprenderse como una suerte de bufón televisivo contemporáneo, que hace reír con sus ocurrencias, su tonada cordobesa, su mala pronunciación del idioma inglés y el uso del “culiao” para referirse a los otros participantes masculinos. Realiza

movimientos torpes con su cuerpo, giros en falso; la Mole Moli es un participante que entretiene con su cuerpo y sus gags.

En algunos momentos de distensión después del baile, a la Mole Moli, como a su representante, se le pedía que imitaran trucos de danza clásica, que hacía el bailarín Hernán Piquin- giros, saltos-, lo cual provocaba caídas, golpes, giros en falso y esto provocaba risa entre el público. Durante las galas de eliminación era vestido con smoking y trajes; al respecto del uso de los trajes por parte de las clases más bajas Berger sostiene: “Los trajes deforman. Con ellos puestos, dan la impresión de que son contrahechos. Cuerpos toscos, curtidos, como de de bestias. Los trajes confirman y realzan la presencia física de quienes los llevan” (Beger, 1979: 53). El traje y el smoking no ocultan su identidad social, sino que deja entrever su pasado de boxeador, de hombre rudo y tosco al igual que el movimiento de sus brazos y la forma de pararse ante la pista da la impresión de que se encontrara dentro del cuadrilátero de un ring. Los boxeadores son figuras fascinantes de la cultura popular argentina, donde el imaginario de las clases medias sobre el cuerpo del boxeador es el de un hombre con una corporalidad desbordada, con un erotismo primario y salvaje (Alabarces, 2004).

Ciertas figuras del espectáculo que tienen sobrepeso son estigmatizados en pos de hacer reír y lograr una situación divertida: el estigma se convierte en espectáculo. El programa también se nutre de cierto lenguaje vulgar: “Las groserías y obscenidades modernas han conservado las supervivencias petrificadas y puramente negativas de esta concepción de cuerpo. Estas groserías, o el tipo de expresiones tales como *vete a...* humillan al destinatario, de acuerdo con el método grotesco, es decir, lo despachan al lugar *inferior* corporal absoluto, a la región genital o a la tumba corporal (o infiernos corporales) donde será destruido y engendrado de nuevo.” (Bajtin, 1987: 14). En las distintas ediciones del programa hemos encontrado infinidad de referencias al sexo opuesto, a lo escatológico, el uso de un lenguaje coloquial y vulgar por parte del conductor y los participantes, así como también chistes vulgares y groseros.

Baile y discapacidad: el caso de Serafín Subirá y la enana Noelia.

En la sociedad argentina contemporánea encontramos que en el discurso a los hombres y mujeres que sufren una discapacidad se los reconoce como una persona común, miembro integrado de la comunidad, cuya dignidad y valores personales no están en ningún modo mermados por su conformación física o sus disposiciones sensoriales. Sin embargo, en la práctica el discapacitado suele ser tratado como un marginal, queda excluido del mundo del trabajo, está fuera de la vida social y tiene dificultades para desplazarse. Como advierte Le Breton: “Nuestras sociedades occidentales hacen de la (discapacidad) un estigma, es decir un motivo sutil de evaluación negativa de la persona.” (Le Breton, 2002:77). En el programa surge una gran contradicción en el jurado a la hora de calificar a un participante con alguna discapacidad motriz: por un lado, el tribunal televisivo intenta puntuar a los participantes, como si no tuvieran tal dificultad y se encontraran en igualdad de condiciones para realizar determinada coreografía, por otro lado tienen una mirada compasiva ante la presencia de un coreógrafo; interpretado por un bailarín con alguna discapacidad, quien es observado como el “raro” con cierto grado de morbosidad.

Pierre Henri dedica un ensayo a los ciegos y pone en evidencia que el ciego bien adaptado a la ceguera debería ser un ‘entrometido’ y si quiere ser aceptado, obligatoriamente debe actuar conforme a los modelos de comportamiento considerado normales por la sociedad (Henri, 1958: 375). Dentro del certamen, a Serafín Subirá (no vidente) se le exigía que la coreografía se realizara de forma correcta y se tomaban en cuenta los errores, como por ejemplo, cuando no coincidía en los pasos de baile con su pareja, y el jurado se mostraba firme y exigente al momento de la calificación. Finalmente, esto desencadenaba en que el puntaje no fuera bueno y el participante terminaba siendo eliminado del concurso de manera rápida. En esta instancia quedaba al descubierto la imposibilidad del programa de lograr la tan ansiada inclusión que esgrimía. Sólo quedaba en evidencia la exclusión: el bailarín no tenía oportunidades de demostrar todas sus potencialidades, porque el tiempo televisivo no lo permitía, los niveles de exigencia eran muy altos y se encontraba en condiciones desiguales. Una competencia desleal, que ponía fin a su deseo de cumplir con el sueño de llegar a la final.

En el caso de Noelia Pompa –la enana- su estatura más que una debilidad se transformó en una fortaleza dentro del ciclo, y resultó campeona dos veces de manera consecutiva por primera vez en la historia del concurso. También fue la primera vez que una persona con “discapacidad” logró ganar un certamen de estas características.

De la mano de Hernán Piquín, su pareja de baile, Noelia se destacó en los ritmos latinos, como el reggaetón y en el tan esperado baile del caño. Su simpatía y carisma, y la excelencia de la pareja en cada gala, le permitieron llegar a la final y resultar ganadores a través del voto telefónico. Sin embargo, Noelia recibió ciertos dichos agresivos sobre su cuerpo por parte del jurado a la hora de la votación: Moria Casán la llamó “mancuerna” de manera despectiva por su contextura pequeña y su estatura y cuestionó la forma en que Piquín la llevaba en la pista. En este caso el cuerpo era objeto de agresión y burla, a la vez.

En relación a la vejez, es notable que en los tiempos que corren se intente ocultar los signos de la vejez sobre el cuerpo; en la antigüedad se ponderaba la vejez como sinónimo de sabiduría y experiencia. En la cultura contemporánea ser “viejo” ya no es el pasaje a una etapa de reconocimiento, autoridad y respeto, sino que se vive como una carga, un estigma. En el certamen fue importante la participación de Paddy Jones, una señora de setenta años, que pese a su edad pudo mantener su buena condición física y su flexibilidad, y mostró sus dotes de gran bailarina. Una bailarina profesional que pudo vencer el paso del tiempo y continuar haciendo su actividad, aunque no logró superar muchas galas de eliminación. En el programa se ponderó cada vez más el ingreso de jovencitas, al igual que la continuidad de las mismas; no se respetó el reglamento estrictamente y muchas vedettes, que fueron expulsadas del certamen por la decisión del público, fueron nuevamente convocadas en reemplazo de otra participante. Por lo tanto, se percibe que en el certamen cada vez más, predominan los lindos y bellos -aquellos que siguen los cánones de belleza televisiva- por sobre los feos, gordos o viejos.

Capítulo IV- El cuerpo político

La política en la era de la televisión.

El avance de las nuevas tecnologías y la consolidación multimedia ha producido el pasaje de una cultura escrituraria a una cultura audiovisual, donde prevalece lo que Giovanni Sartori denomina *homo videns* (Sartori, 1998:66): un sujeto que ve y percibe imágenes de manera pasiva sobre aquel que tenía una gran capacidad de abstracción, reflexión y lo nombra como *homo sapiens*. La vista prevalece por sobre el habla, la voz del hablante. Como consecuencia, el telespectador es, en mayor medida, un animal vidente que un animal simbólico.

La televisión modifica de manera sustancial la relación entre el ver y el entender. De acuerdo con Sartori, este medio de comunicación ha producido una gran transformación, que revierte la naturaleza misma del *homo sapiens*. Se presenta no sólo como un instrumento de comunicación, sino como un instrumento antropogenético, que genera un nuevo tipo de ser humano (Sartori, 1998). La televisión produce imágenes y anula conceptos, atrofia la capacidad de abstracción y de entendimiento. En este sentido, empobrece la capacidad connotativa; de este modo, el *homo videns* tiene un lenguaje perceptivo concreto mucho más pobre en la forma de construcción simbólica.

Los políticos aparecen en la televisión, dan discursos y para hacerlo trabajan con asesores, porque reconocen que el medio televisivo tiene un potencial muy poderoso y es necesario hacer una puesta en escena, manipular las imágenes, editorializar ciertas noticias. Quevedo sostiene que las formas en que la política coloniza la televisión suelen ser menos efectivas que aquellos modos en que la televisión se apodera de los temas y los hombres públicos y los somete a sus reglas (Quevedo, 1992).

La política como espectáculo televisivo ha experimentado una gran banalización, donde cobra importancia la personalización del candidato; y las apariciones mediáticas, donde se saca a relucir su vida privada y ya no se plantean las ideas y propuestas. “La televisión condiciona el proceso electoral, ya sea cuando se eligen los candidatos, en el modo que plantean la batalla electoral o la forma en que ayudan a vencer al vencedor” (Sartori, 1998). Según esta concepción, la pantalla transforma la forma de hacer política y de ser político; el sujeto político

se encuentra ahora frente a una masa indiferenciada de televidentes, a los cuales debe conquistar con otros recursos, que no son sólo la palabra adversativa y el discurso racional. Muchos líderes que no tenían una estructura partidaria sólida que los acompañara lograron buenos resultados en las elecciones gracias a aparecer en programas de influencia; ejemplo de ello fue la candidatura del magnate periodístico Silvio Berlusconi en Italia, que logró ganar las elecciones a fuerza de apariciones en la televisión italiana; esto podríamos relacionarlo con lo que Sartori denomina opinión teledirigida. Uno de los efectos de la videopolítica es que personaliza las elecciones; en la pantalla vemos personas y no programas de partido o plataformas políticas: lo más importante son los rostros, su gestualidad y la carga emotiva que tienen. “La carrera presidencial se transforma en un espectáculo incluida en el show business, en el que el espectáculo es lo esencial y la información un residuo” (Sartori, 1998: 109). La televisión favorece la “emotivización” de la política, dirigida y orientada sólo a episodios emocionales.

Beatriz Sarlo plantea la existencia de *Celebrityland*, un lugar imaginario donde pueden convivir las *celebrities* del espectáculo y los políticos, donde estos últimos deben seguir la lógica y la velocidad del espectáculo televisivo. *Celebrityland* no tiene un espacio real, pero puede tener locaciones, como Punta del Este, Miami, las playas brasileñas, los VIP de las discotecas, los desfiles de moda y los estrenos. En este lugar es muy importante el sentimentalismo, aparecer en revistas del corazón, como Mauricio Macri cuando contrajo matrimonio con Juliana Awada y la homenajeó a través de twitter. Por su parte, Francisco de Narváez, también apuntó al corazón de los votantes, durante la campaña del 2009, al afirmar que sería padre por sexta vez.

Régis Debray (1995) utiliza el concepto de *telecuerpo* para referirse a esa corporalidad seductora de la sociedad de la imagen, sociedad que ha dejado atrás el modelo escriturario para desplazarse hacia un modelo indicial. Dentro de este esquema conceptual el cuerpo torna atractivo al símbolo político. De este modo también los políticos necesitarían vincularse con personajes del show business y de la farándula para lograr una mayor presencia en los medios y, sobre todo, en la televisión. Según Mazzaferro (2010) la clase política y el espectáculo formarían parte de un mismo star system:

“En las sociedades democráticas modernas, quien canaliza y dirige la afectividad colectiva es sin duda el líder carismático del espectáculo televisivo (en mayor medida que el líder político, aunque a partir de

determinadas alianzas estratégicas entre medios de comunicación, partidos políticos y estrellas mediáticas tanto los líderes políticos como los del espectáculo hoy forman parte de un mismo star system)” (Mazzaferro, 2010: 9).

En este sentido, creemos que existe un pacto de legitimidad entre conductor, (líder televisivo) y dirigentes políticos, para promocionar la candidatura, apoyar la gestión, o promover alguna mediada de algún funcionario sin que esto deje al descubierto la orientación política del programa. Es decir, Marcelo Tinelli intentó desde la conducción tener un mismo trato con todos los dirigentes que se acercaron al ciclo y tuvo una posición neutral respecto de ciertos temas: corrupción, cacerolazos e inseguridad.

Gran Cuñado y la imitación de políticos.

Según Beatriz Sarlo (2010), *Celebrityland* tiene un carácter magnético y expansivo. Prueba de ello fue *Gran Cuñado*, segmento de *Showmatch*, donde los imitadores de los políticos se pusieron al servicio de la audiencia para divertirlos en el contexto pre-eleccionario de 2009. Siguiendo esta línea de pensamiento, podemos decir que los políticos que no participaron del programa, o no se prestaron al juego de imitación que planteaba Marcelo Tinelli, quedaron excluidos de los cargos políticos. En la actualidad, gran parte de los políticos deciden “pegarse” a la figura de Tinelli e ingresar al mundo de *Celebrityland*. En el período que analizamos, algunos dirigentes asistieron al programa o se vincularon con una vedette para ganar mayor popularidad y reconocimiento, como fue el caso de Martín Insaurralde (2012) que desde detrás de cámaras, respondía a las preguntas de Marcelo, hablaba sobre su vida privada, su soltería y hasta el conductor lo “cargaba” con la bailarina Florencia Peña en cada una de sus apariciones. No se puede aseverar fehacientemente que una mayor visibilidad en el programa garantice un resultado exitoso en las urnas, pero puede ayudar a que algún candidato, que no resulte conocido por parte del electorado, sea reconocido con mayor facilidad en la encuestas de opinión, o tenido en cuenta en los spots de campaña, ya que su rostro resulta familiar, amigable y ameno.

A lo largo del 2009 varios dirigentes se vieron seducidos por el megashow más importante de la televisión y desfilaron por los pasillos de Ideas del Sur, como Francisco de Narváez, Sergio Massa, Gabriela Michetti o Mauricio Macri. Este último, junto a su imitador Martín Bossi, se animó a interpretar un tema de Freddy Mercury (Somebody to love), vestido con una

capa roja, al igual que el músico. El jefe de Gobierno cantó en inglés de manera desafinada, tomó el micrófono como una estrella de rock; aprovechó la popularidad del show para mostrarse más desinhibido y captar al público joven. Es el político el que imita al imitador: sigue los pasos de reggaetón, o intenta hablar como él, para que los televidentes lo reconozcan y lo elijan. En algunos casos, los gestos de los imitadores son exagerados y se usan los mismos latiguillos, la misma forma de reír, de hablar, de caminar. El vínculo imitador/imitado se termina prolongando más allá de los estudios de Ideas del Sur: el día de la votación Macri asistió con su doble a la escuela, donde le tocaba votar, al igual que Francisco de Narváez, cuyo imitador (Roberto Peña) lo acompañó durante la campaña. Moglia señala que imitador e imitado se superponen, y el imitado reutiliza el código de contacto del humorista para conquistar al público (Moglia, 2010).

No existen evidencias de que la participación en el programa haya influido en los resultados, pero es cierto que muchos de los que allí estuvieron fueron los favoritos de las encuestas y esto les permitió tal vez lograr un mayor reconocimiento entre los más jóvenes. Los políticos fueron imitados de distinto modo: hubo imitaciones positivas y otras negativas. En el caso de De Narváez, fue representado de manera favorable, como un político con “onda” y humor (de hecho, finalmente fue el gran ganador de *Gran Cuñado*, al igual que en el escrutinio, donde ganó como diputado provincial ante el ex presidente Néstor Kirchner). En el spot de campaña, De Narváez apelaba al electorado para que lo ayudara a hacer un cambio, con un juego de palabras - “¿Me ayudas?” o “Ayúdame” y “Vótate” o “Vótame”- que dio origen a los latiguillos de su imitador, Roberto Peña -“Te ayudo”, “Ayúdame”, “Alica”, “Alicate”- que resultó muy pegadizo y generó una gramática de reconocimiento (Veròn, 1988) con el candidato. Este jugó a recitar “Alica-Alicate” en *Showmatch* junto a su imitador.

Los menos favorecidos en las imitaciones fueron el radical Julio Cobos, que fue representado como un hombre dubitativo, inseguro, que le costaba hacerse respetar y físicamente era representado con orejas de tamaño exagerado por el humorista José María Listorti. El ex presidente Fernando De la Rúa había asistido a *Showmatch*, cuando aún estaba en ejercicio (2001); su imagen de un mandatario débil, desorientado y perdido en el estudio de televisión reforzó aún más la imagen fragilidad del gobierno y la pérdida del rumbo. Esta situación logró un gran impacto en miles de televidentes y quedó grabada en la memoria colectiva de la ciudadanía. Luego de esta ridiculización y este “magnicidio televisivo” (Sarlo,

2011), el ex presidente fue imitado en *Gran Cuñado* (2009,) como un hombre desorientado y lento, porque su personaje era muy popular y “rendía” a los fines del *sketch*. El ex presidente Kirchner, en medio de la puja con el grupo Clarín, decidió no exponerse y no permitir que lo ridiculizaran en una derrota electoral “cantada”; sin embargo, su imitador lo acompañó el día del escrutinio a la escuela de Vicente López, donde votó y decidió cerrar su campaña de manera telefónica con el conductor del programa. Sergio Massa apareció representado como un jefe de gabinete un tanto sumiso, servicial, desacartonado, que hasta se ocupaba de las extensiones de cabello de la primera mandataria y de pasarle la planchita. Con su habitual “La presidentaaa”, aparecía como simpático y servicial.

Gran Cuñado mostró que en la contemporaneidad los políticos prefieren ser imitados y caricaturizados en un programa de gran nivel de audiencia, que asistir a un debate de un programa político. De este modo, la clase política se adapta a los nuevos tiempos y decide resignar la argumentación en favor de la banalización de ciertos temas, el sentimentalismo y la popularidad. La clase política desea pertenecer al mundo de *Celebrityland* (Sarlo, 2011) y para ello se arriesga a jugar con la representación que hace el imitador, llevando los chistes, los juegos de palabras y la caricaturización a la rutina y a la campaña. En síntesis, el cuerpo político se vio transformado en los últimos años, especialmente a partir de la televisión que inauguró *Showmatch*.

A modo de Conclusión: una belleza hipersexualizada

La década que analizamos estuvo signada por una debacle económica y una profunda crisis de representación política; el punto más crítico fueron los hechos violentos de diciembre de 2001. Podríamos considerar este episodio como un antes y un después en el acontecer histórico; este quiebre marcó, sin dudas, la década que se iniciaba. La crisis político-social produjo una fractura en la sociedad: se perdieron valores morales, la sociedad se volvió más vulnerable y dispuesta a tolerar muchos aspectos de la realidad. El posterior desencanto y el clima de malestar fueron construyendo un individuo un tanto escéptico, pragmático e individualista y con gran desconfianza hacia los partidos políticos. El desmantelamiento de la escuela pública, originado durante el menemismo, la crisis cultural y el surgimiento de una nueva subjetividad basada en el disfrute, el entretenimiento y la ausencia de reflexión terminaron de conformar el escenario reinante. Estos cambios político-sociales y culturales influyeron en la emergencia de una nueva televisión, cuyo mayor exponente lo vemos representado en *Showmatch*.

Tal como planteábamos en la hipótesis, podemos observar que a partir de esta transformación sociopolítica se produjo un cambio en la sensibilidad de la década que impulsó un nuevo estilo de televisión. El colectivo *Showmatch*, y más específicamente su segmento *Bailando por un Sueño*, se convirtieron en indicadores de esta época. A raíz del escenario social complejo que se vivía surgieron nuevos actores políticos: los piqueteros. Este colectivo funcionaba como fuerza de choque y reclamaba derechos sociales. Sin embargo, la televisión, y en particular este programa, los incorporó al certamen “suavizándolos”, desprovistos de sus consignas habituales y de su ideología, ajustándolos a sus reglas para que estos militantes políticos fueran amenos, agradables y resultasen televisables.

En este programa el público se deleita con un show de entretenimiento, sostenido sobre una belleza estética hipersexualizada, que juega a rozar lo pornográfico. Esta nueva forma de hacer televisión, donde aparecen representados cuerpos con una belleza hipersexualizada para las masas indiferenciadas, es acompañada por los avances tecnológicos característicos de la década, como el advenimiento de la pantalla plana y la televisión en alta definición.

En sus inicios este producto televisivo comenzó como un programa de entretenimiento,

que contenía un *reality show* con una competencia de danza, cuya finalidad era una misión benéfica. Pero a lo largo de los años, si bien este objetivo solidario se mantuvo, se produjo un gran desplazamiento hacia la individualización de las figuras estelares reconocidas. Los famosos cobraron mayor atención. Por otro lado, los ignotos soñadores perdieron espacio dentro del ciclo. El show sufrió paulatinamente distintos cambios y este certamen de baile, que había comenzado con un propósito humanitario, finalmente terminó transformándose en otra cosa totalmente distinta. Estamos en presencia de un mega show, que intenta contener a toda la diversidad televisiva en su interior, un mega género que combina la profesionalidad y virtuosismo con lo amateur, lo banal y lo serio. Cuando apareció *Bailando por un sueño* en 2006, constituyó un hito en la televisión argentina, debido a su estética, sus mediciones de rating, su influencia en la grilla de programación, e inclusive su potencialidad para influir en la grilla de otros canales como señala Mangone (2010).

El imaginario femenino que circula en el programa es el de una mujer trabajadora independiente y que puede cumplir muchos roles -esposa, ama de casa, amante y madre-. Este esquema también contempla que la mujer es dueña de su cuerpo y su sexualidad, la cual manifiesta con libertad y soltura. Esto se presenta en el ciclo cuando las bailarinas cuentan intimidades y anécdotas del orden de lo íntimo. El show intenta destacar el rol que ésta ocupa en la sociedad actual. Sin embargo, se esconde cierta ambigüedad en la representación, porque también se la muestra como una joven sumisa y dependiente de su apariencia física que sólo debe satisfacer los deseos, la curiosidad y las fantasías de los hombres.

La corporalidad televisiva que exhibe el programa es el de un ideal de belleza estética, que se adquiere con la intervención de la ciencia y la técnica. Es a partir de las cirugías plásticas, que se logra construir un cuerpo acorde a los patrones de belleza que impone este nuevo orden televisivo. Este modelo corporal no guarda relación alguna con los cuerpos de la mayoría de las mujeres que forman parte de la población. Al mismo tiempo, se promueve la exhibición de cuerpos bellos, desnudos, sexualizados y se corren los límites de la pornografía. Se proponen imágenes eróticas, siempre jugando con el límite de la obscenidad y lo grosero.

El cuerpo de la vedette es mostrado sólo como un objeto sexual y se plantea como un modelo de belleza ejemplar. Se abona el mito de que las “chicas” de cabellera rubia son tontas, ofreciendo un esquema de belleza de mujer linda, pero “hueca”. El esquema corporal es el de un cuerpo intervenido, trabajado, torneado, donde la fama se alcanza por ser distinto, raro o

tener algún escándalo. Si bien se intenta mostrar una mujer liberal, que disfruta de su sexualidad, podemos percibir que el abuso de las cirugías, las dietas, o la actividad física, convierten a la mujer en esclava de su cuerpo, de su peso y las operaciones estéticas. Este programa es reaccionario en el modo de tratar a la mujer, al reducirla a mero objeto sexual. Ella recibe un tratamiento discriminatorio y autoritario, al ser sometida a distintos mecanismos por parte del conductor, como el segmento del “corte de pollera” para dejar la cola descubierta de la participante. Para mantener cierta estabilidad en el medio televisivo, las bailarinas deben aceptar estos juegos que propone el show. De este modo, el programa construye un imaginario de mujer independiente y liberal en cuanto a su sexualidad; pero se oculta cierta discriminación, al exigirle actuar sólo como un juguete erótico para los hombres y un modelo de belleza estética singular.

En relación a las transformaciones que sufrió el programa, en las primeras emisiones se incorporaban cuerpos de vedettes maduras, que tenían larga trayectoria. A medida que el ciclo evolucionaba, se incorporaban participantes cada vez más jóvenes. Los discursos sobre el cuerpo podían variar desde agradecimientos por parte del elenco al centro de Belleza y Estética al cual recurren, hasta observaciones crueles y despectivas sobre el cuerpo de algún participante.

Desde el punto de vista del contenido, *Showmatch* mantiene algunos recursos de sus programas anteriores de Tinelli: equívocos, *bloopers*, humor sexista y cuerpos semidesnudos. La mujer y el fútbol, son dos ejes que persisten en el ciclo cada vez más acentuadamente. Ahora, se recrea en vivo un club de copas nocturno y persiste la idea machista de deleitarse con jovencitas con poca vestimenta. Por otro lado, el fútbol está presente de manera permanente, ya que el conductor es vicepresidente del Club San Lorenzo de Almagro, y a veces cuenta con la presencia de este plantel en el piso. Además organiza partidos de fútbol playero en el estudio.

El recurso que se utiliza en el programa es el de la hipérbole: todo lo que sucede en el certamen es llevado al extremo, al igual que las emociones. La música predispone emotivamente, las situaciones de eliminación del certamen de una pareja de baile se viven de manera trágica. La voz del conductor es eufórica, exultante. El cuerpo que se muestra es también hiperbólico, de proporciones exageradas, artificial, exuberante y con muchas cirugías estéticas. El programa, como lo dice su nombre, es percibido como una fábrica de sueños, donde la fantasía es llevada al extremo: donde un piquetero, un enano o un travesti pueden

cumplir su fantasía de convertirse en estrellas de la televisión. Se percibe el fenómeno de la hiperrealidad (Baudrillard, 1978), esto motorizado por la técnica del vivo y en directo, donde el detrás de cámara, con la participación de apuntadores, productores y camarógrafos logran un alto grado de emotividad, y un realismo exagerado. Los participantes son perseguidos por el ojo de la cámara hasta sus camarines; incluso si son asistidos por un médico, se los muestra en situaciones extremas y críticas. Todo se transparenta. La representación ya no es tal: estamos en presencia de algo más real que lo real.

El conductor cuenta con tres recursos y los despliega en el transcurso de los programas donde hay eliminaciones y votaciones: uno es de autoridad, cuando elige quien habla o no y decide demorar los resultados de la votación para hacer “sufrir” a la audiencia y a los participantes. Otro es comercial: por cuestiones de pauta publicitaria dilata la definición de una eliminación o sentencia para incrementar el rating. El último es gramatical: el presentador demora el resultado de la votación para generar suspenso.

El éxito del espectáculo se sostiene sobre un megashow con contenido y escenas eróticas, donde se hace hincapié en mostrar cuerpos bellos y sexualizados, escenas que son consumidas con un alto grado de aprobación. La particularidad de este fenómeno es que estas representaciones están dirigidas al grupo familiar, apunta a las masas. El programa es asimilado como perteneciente al género de entretenimiento y apto para apreciar en familia sin límite de edades. Esto está motivado por el uso de múltiples registros de la lengua: formal y coloquial (utiliza palabras del lunfardo). También por distintas variedades lingüísticas, con la cual puede apelar a distintas edades (cronolecto) y clases sociales (sociolecto).

Determinados cuerpos que participan del ciclo en muchas ocasiones son estigmatizados con el fin de lograr el chiste fácil, la risa y la burla. El cuerpo de algunos participantes es burlado, vapuleado y ridiculizado. Los gordos, feos, raros y *freaks* son integrados con la finalidad de hacer reír. Si bien la regla son cuerpos bellos, intervenidos y sexualizados, los “otros” son utilizados para ser ridiculizados y en algunos casos son los personajes que más “rinden” en la previa al baile por su simpatía, comicidad o desenfado. La televisión se empeña cada vez más en mostrar cuerpos bellos en detrimento de los feos y gordos. En algunos casos, el estigma de determinados cuerpos (pobreza, fealdad, analfabetismo) se transforma en espectáculo.

Showmatch intenta contener en su ciclo todas las contradicciones de la sociedad, disolviendo los antagonismos y las diferencias de clase, permitiendo que confluyan una enana, un famoso de renombre, un actor talentoso y un piquetero. La cultura de masas se nutre de estrategias de homogenización y estilización, como menciona Barbero (1987), para incorporar ciertos grupos juveniles, activistas sociales y travestis en un mismo show. Así como surgen nuevos actores sociales, la televisión los incorpora a fuerza de nuevas estrategias para forjarlos a su manera.

En períodos eleccionarios, la dimensión política cobra mayor importancia en relación al ballet y la exhibición de cuerpos sexualizados. En cuanto al cuerpo político, muchos dirigentes deciden acercarse o “pegarse” a la figura de Marcelo Tinelli, debido a la gran popularidad que goza el conductor. Existe un pacto de doble legitimación entre el político y el conductor: la clase política confirma y legitima el rol de este como líder televisivo y éste, a su vez agradece la utilización de alguna instalación o espacio público que el dirigente haya prestado. Esta operación es tan exitosa que los políticos revalidan el título de Tinelli como “rey de la televisión”. Incluso, muchas veces, es la clase política la que paga para asistir al programa y promocionar su candidatura, en algunos casos, de manera solapada, como fue el caso de Martín Isaurralde. Luego del “que se vayan todos” de 2001, la clase política necesitó cada vez más del espectáculo para ganar electores. Su presencia en *Showmatch* significa una mayor popularidad entre el público/electorado. En definitiva, el cuerpo político se volvió más amigable, cercano, humorístico y televisivo. Dentro de esta lógica del espectáculo, se puede pasar de ser un ignoto funcionario a un político reconocido por las masas de manera rápida: el rating puede incidir en las mediciones electorales y en las urnas.

Para finalizar, *Showmatch* y su segmento *Bailando por un sueño*, se han convertido en el show más grande de la televisión argentina, con producciones fastuosas, imponentes y costosas: presentaciones con más de cien bailarines en escena, bandas en vivo y tecnología novedosa. Este lujo y ostentación, sumado a sus picos de rating, convierten a su conductor en el “rey de la televisión”. El mismo presentador se autolegitima como tal y a la vez es legitimado por la clase dirigente y los miembros de la comunidad artística. Su influencia en los medios de comunicación es importante por su repercusión en los distintos soportes -gráfica, radio e internet-; por los altos niveles de audiencia que cuantifican su pauta publicitaria y la forma en que condiciona los horarios y la grilla televisiva. Desde la aparición de este

fenómeno, la televisión se volvió más repetitiva, monotemática y autorreferencial. Toda una serie de nuevos ciclos televisivos se crearon para seguir hablando de este megashow que coloniza otras zonas de la televisión e inquieta a los competidores.

Una futura investigación podría dar cuenta de qué nuevos cuerpos aparecen en el programa: personajes raros, actores, activistas sociales y políticos y en qué medida la televisión los incorpora adaptándolos a sus reglas. Por otra parte también sería interesante indagar si se profundiza la tendencia a incorporar bailarinas cada vez más jóvenes. Restaría estudiar también si tales cuerpos se extenderán al conjunto de la televisión argentina, transformando o repercutiendo no sólo en la estética de las vedettes y otras participantes de otros shows televisivos sino, también de las otras zonas de la televisión, como las ficciones, los noticieros y los programas políticos.

Bibliografía

ALABARCES, Pablo, Teórico N° 7 del 13/10/14, Seminario de Cultura popular y masiva. Universidad de Buenos Aires.

ARCAND, Bernard (1991) *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*, Buenos Aires: Nueva Visión.

ARRIBA, Sergio (2005) “El peronismo y la política de radiodifusión”, en Mastrini, Guillermo, *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*, Buenos Aires: la Crujía.

BAJTIN, Mijail (1998, [1987]) *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. En el contexto de Francois Rabelais*, Buenos Aires: Alianza Editorial.

BARANCHUK, Mariana (2005) “Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista”, en Mastrini, Guillermo, *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*, Buenos Aires: La Crujía.

BARBERO, Jesús Martín (1991 [1987]). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México: Editorial Gili.

BARTHES, Roland (2008 [1957]) *Mitologías*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

BATAILLE, George (2010 [1979]) *El Erotismo*, Buenos Aires: Tusquets Editores.

BAUDRILLARD, Jean (1987) *Cultura y simulacro*, Barcelona: Editorial Kairos.

BERGER, John (1998 [1987]) *Mirar. El Traje y la Fotografía*, Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

BOITO, Maria Eugenia (2012) *Solidaridad-es y crueldad-es de clase*, Buenos Aires : Estudios Sociológicos Editora.

BOURDIEU, Pierre (1991) *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

BOURDIEU, Pierre (1998) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.

COM, Sergio (2005) “Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación”, en Mastrini, Guillermo, *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*, Buenos Aires: La Crujía.

DURKHEIM, Emile 1963 (1963), *La división del trabajo social*. Buenos Aires: Editorial Shapire.

DURKHEIM, Emile (1965 [1895]), *Las reglas del método sociológico*, Editorial Schapire. Buenos Aires.

ECO, Umberto (1992 [1962]) *Obra Abierta*, Buenos Aires: Planeta Agostini.

ECO, Umberto (1985 [1968]) *Apocalípticos e Integrados*, Barcelona: Editorial Lumen.

ELIAS, Norbert (1993) *El proceso civilizatorio*, Buenos Aires: FCE.

FOUCAULT, Michel (1976) *Historia de la sexualidad*, Tomo 1, México: Siglo XXI.

- GRAZIANO, Margarita (1974), *Los dueños de la televisión argentina*, en Comunicación y Cultura N°3.
- HOLMES, Su; REDMOND, Sean (2010) *Stardom and Celebrity. A Reader*: Sage Publication.
- LANDI, Oscar; QUEVEDO, Luis (1988) *Para ver a Olmedo*, Buenos Aires: Documento Cedes.
- LE BRETON, David (2008 [1992]) *La sociología del cuerpo*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- LE BRETON, David (2010 [1990]) *Antropología del cuerpo y la modernidad*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- MANGONE, Carlos (2010) *Tinellismo, veinte años son demasiado*. Cuadernos críticos de Comunicación y cultura N° 5.
- Manzano, Valeria y Pasqualini, Mauro (2000). *Rock&Roll: cultura de los jóvenes*, Buenos Aires: Editorial La Llave.
- Manzano, Valeria (2010) *Ha llegado la "nueva ola": Música, consumo y juventud en la Argentina, 1956- 1966* en Isabella Cosse, Karina Felitti y Valeria Manzano (comps.) "Los '60 de otra manera. Vida cotidiana, género y sexualidad en Argentina", Buenos Aires: Prometeo, 2010
- Manzano, Valeria (2005) *Sexualizing youth: Morality campaigns and representations of youth in early 1960s* Buenos Aires en Journal of The History of Sexuality, vol. 14, n.4 (oct. 2005), University of Texas Press.
- MARIOTTI, Daniela; COMELLI, María (2007) *Tiempos de rebelión: "Que se vayan todos". Calles y plazas en la Argentina: 2001-2002*, Buenos Aires: Editorial Antropofagia.
- MASTRINI, Guillermo (2005) "El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina", *Mucho Ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires: La Crujía.
- MAYER, Marcos (2009) *La tecla populista, anatomías sobre música, culturas políticas y otras yerbas*, Buenos Aires: Emecé
- MAZZAFERRO, Alina (2009) "De la bonita a la "nuevaolera": transformaciones en los modelos corporales femeninos de la primera televisión argentina, (1951-1969)", Revista Relaces.
- MAZZAFERRO, Alina (2010) Ídolos y fanáticos. Territorio de lo sagrado, Avatares de la comunicación y cultura, N° 1. Agosto 2010, 152.
- MAZZAFERRO, Alina (2014) "La génesis de la cultura de la celebridad. Televisión y cuerpos de la fama en la Argentina (1958-1974)", Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, inédito.
- MOGLIA, Mercedes (2010) *Un análisis cultural de las tradiciones y las dinámicas de innovación del humor televisivo argentino (1990-2009)*, Buenos Aires: Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Sociales.
- POSTOLSKI, Glenn y MARINO, Santiago (2005) "Relaciones peligrosas: Los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios", en Mastrini, Guillermo, *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*, Buenos Aires: La Crujía.
- Quevedo, Luis Alberto (1992) La política bajo el formato televisivo; en Schmucler, H. y Mato, R (compilación), Política y Comunicación. Catálogos, Córdoba.

QUIROGA, Hugo (2010) *La República desolada. Los cambios políticos de la Argentina (2001-2009)*, Buenos Aires: Edhasa.

SARLO, BEATRIZ (2011), *La Audacia y el Cálculo. Kirchner 2003-2010*, Buenos Aires: Sudamericana.

SARTORI, Giovanni (2000 [1997]) *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus

SCRIBANO, Adrián (2013), *Teoría Social, Cuerpos y Emociones*, Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.

SCRIBANO, Adrián (2009) *Hacia una sociología de los cuerpos y emociones desde Latinoamérica*, Buenos Aires, Fundación Centros de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad, CICCUS.

SPIGEL, Lynn (1997a) “*Haciendo sitio a la tele*”, en Crowley,

SVAMPA, M y S. PEREYRA (2003), *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de las organizaciones piqueteras*, Buenos Aires: Biblos.

ULANOVSKY, Carlos; ITKIN Silvia; Sirven, Pablo (2006). *Estamos en el aire. Historia de los medios de comunicación en la Argentina*. Buenos Aires. Emecé Editores.

VARELA, Mirta (2005) *La televisión criolla. Desde sus sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna (1951-1969)*, Buenos Aires: Edhasa.

VIGARELLO, George (2009 [2004]) *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*, Buenos Aires: Nueva Visión.

VOGEL, Harold (2004). *La industria de la cultura y el ocio*. Madrid: Fundación Autor.

WILLIAMS, Raymond (2011 [1992]) *Televisión: Tecnología y forma cultural* Buenos Aires. Paidós Estudios de Comunicación 36.

WORTMAN, Ana (2007). *La nueva sociedad argentina*. Buenos Aires. Carol-Go

Fuentes audiovisuales

RIPOLL, Alejandro (2006-2012). “*Bailando por un sueño*”, Showmatch, Buenos Aires: Ideas del Sur.

Fuentes web

<http://www.youtube.com/watch?v=yQQW5uYv-Y0>

