

Gran revuelo, aunque del todo ficticio, se armó durante la segunda quincena de enero a raíz de que los directivos de la TV comercial ordenaron la supresión de algunos programas.

Lamentos, especulaciones y rumores circularon entre las huestes ligadas a la televisión y a los espectáculos; algunos personajes, como Pelayo, fueron mencionados para ocupar los espacios libres en la cartelera televisiva.

Pero en donde se pudo apreciar algo así, como una tosca maniobra para llamar la atención del público, y capturar después un buen auditorio, fue con la telenovela destinada a sustituir a la interminable como infrarrealista serie dramática **Mundo de juguete**.

Resulta que por los medios usuales se anunció que la juguetona novela televisiva, donde la niña Graciela Mauri se ganó su primer medio millón de pesos, dirigida por Dimitrio Sarrás, llegaba a su fin y en su lugar iban a programar la telenovela brasileña **El bien amado**, debidamente doblada al español. Los publicistas hasta prepararon los funerales respectivos.

En vísperas del estreno, los cuidadosos censores de la TV comercial, en el cumplimiento de su deber, descubrieron que el contenido de la serie brasileña era demasiado fuerte para el horario vespertino, donde la clientela infantil es significativa.

Para impresionar a los incautos se habló de escenas atrevidas y semidesnudos, justificados —se dijo— por el tropical ambiente de la primera serie dramatizada brasileña transmitida por la TV mexicana.

Se difundió que los compradores de la telenovela carioca fueron reprendidos por la adquisición de un material condenado a quedar enlatado, pues en el horario tridicionalmente novelero iba a ser imposible su proyección.

Lo anterior despertó la curiosidad y la morboidad de ciertos grupos de televidentes, y con seguridad hubo quienes ansiosos buscaban la susodicha novela en la programación de la TV comercial.

Como si de veras se preocuparan por atender a los espectadores, los programadores de la televisión comercial buscaron una solución para dejar a todos contentos. A los niños admiradores de Graciela Mauri se les dieron 60 capítulos más de **Mundo de juguete**. A los adultos picados por la curiosidad de comprobar cuán audaz es la importación brasileña, ahora, por el Canal 2 se les proyecta **El bien amado**, en un horario prohibitivo para el público infantil: 30 minutos, antes de la medianoche.

Así se deshizo semejante entuerto, y debe reconocérsele a los autores de tan ingeniosa maniobra lo bien que les salió; por un lado lograron afianzar —más bien justificar— la presencia de **Mundo de juguete**, y, por el otro, le reunieron un aceptable contingente a **El bien amado**. De ello se desprende la desconfianza en la publicidad tradicional y el uso de triquiñuelas para hacer más competitiva la programación de la TV comercial ante el avance del Canal 13 y la natural evolución de un público cada vez más exigente.

Respecto a esto, los resultados o consecuencias de saturar la programación con telenovelas se pueden revertir, incluso, en contra de la TV comercial. Probablemente de las seis a las ocho de la noche el Canal 2 logre reunir un auditorio todavía rentable para los publicistas y anunciantes, porque la programación de Canal 11 y 13, en ese horario, es floja y poco atractiva. Los canales 4, 5 y 8, con series demasiado vistas y caricaturas tan estultizantes como repetidas, tampoco le hacen sombra al "grande" de la televisión.



Guillermo TENORIO



Pero el horario triple A, dentro del cual pasa el teledrama **Rina**, serie violatoria del Artículo Tercero Constitucional y de otros ordenamientos legales, las perspectivas y posibilidades de éxito —capturar televidentes— se tornan más difíciles, entre otras razones, porque indiscriminadamente se intercalan teledramones con programas humorísticos, películas y noticiarios de exportación.

Esta continuidad, o más bien discontinuidad, hace más truculenta a la ya de por sí disparatada programación del Canal 2, donde parece que sus enemigos les dicen como empeorar sus transmisiones.

La telenovelización del principal canal de la TV comercial sólo puede entenderse como una salida desesperada para resolver la carencia de materiales que respondan a la realidad de un público en permanente transformación.

Preparar una programación con telenovelas, chistes carperos y variedades musicales, como por estos días lo hace el grande de la TV, es síntoma de la incapacidad y la terquedad de los productores y directivos de la TV comercial, empeñados en comprender y utilizar al más poderoso medio de comunicación masiva sólo como difusor de entretenimiento chavacano y degradante.

CONVIVENCIA

Entre otro de los programas que se iban y se quedaban estuvo el bloque de las transmisiones matutinas del Canal 2, eufemísticamente llamada: **Operación convivencia**.

En contra parte, amenazaban con llegar el sustituto de **Operación convivencia** y el de **Plaza Sésamo**. Para el primer caso se hablaba de unas "nuevas" transmisiones de servicio social a cargo de Silvia Derbez, diligente protagonista de la telenovela "educativa" **Ven conmigo**, e incansa-

Ya se van,
pero
se quedan

ble anunciadora de ollas y dudosas ofertas de poderosa cadena de supermercados.

Para ocupar el espacio de la serie "sesamesca" se propuso una transmisión de semana inglesa con una hora de duración y a cargo de un payaso autonombrado **Cepillín**.

Lo de Silvia Derbez fue desautorizado por los directivos de Canal 2, en virtud de que el proyecto era fiel copia de **Operación convivencia**, sólo que sin Paco Malgesto, Marcela Rubiales y otros connotados ideólogos de la TV comercial.

De nada sirvió que en este proyecto hubieran puesto al presidente de la Academia Mexicana de la Lengua, Agustín Yáñez, en calidad de supervisor general, y se hubiera pretendido revestir de superación femenina a cada una de las transmisiones; con todo y eso, no se dio el visto bueno al **Programa dedicado a la mujer**. Se tenía pensado hablar de la mujer en el hogar y su desenvolvimiento en la sociedad; en su trabajo; su papel ante los hijos en edad escolar; el trato con el esposo; la forma en que se debe administrar el presupuesto hogareño. Sin faltar, desde luego, mujeres destacadas en la política, las artes y la literatura.

Así las cosas del 31 de enero en adelante, suprimida ya **Operación convivencia** de la programación matutina, faltó material para proseguir las transmisiones. La solución momentánea fue prolongar el noticiario matutino **Hoy mismo** y adelantar la proyección de **Introducción a la Universidad**, difundida ahora también por el Canal 2.

Quienes más se regocijaron con este tropiezo, fueron los hacedores de la citada operación, mismos que ahora se dedican a exaltar los "éxitos" de su desaparecida tribuna y fuente de trabajo.

Sin embargo, las decisiones de los

empresarios de la TV comercial fueron acertadas. Primero al suprimir **Operación convivencia**; después, impedir que saliera al aire una imitación de la misma.

Asimismo, pese a lo dicho por los publicistas y panegiristas de la tal operación, con las excepciones de rigor, se estuvo lejos de realizar en la práctica la cacareada programación de servicio social.

Alrededor de tres años, cinco días a la semana, se transmitió la referida serie matutina, y durante todo ese tiempo se sospechó que su auditorio difícilmente rebasaba los cinco mil televidentes; ínfima cantidad para la TV comercial donde son tan dados a fijarse en el rating y en la rentabilidad del capital.

Casi cualquier sección de la serie que se tomara estaba como para ahuyentar incluso al más empecinado televidente como por ejemplo ese **Saludo a Paco**, o el **Número musical con orquesta**, —bajo la dirección de Paco—, **Recetario de cocina** —con Paco—; quién sabe de dónde sacaron que Paco era el prototipo varonil admirado por las amas de casa a quienes se afirmaba iba dirigida la programación.

APLICADOS

Otras secciones, cual alumnos aplicados, dejaban atrás a las mencionadas; tal es el caso de **Astrología**, que servía de foro a un charlatán para hacer las más temerarias afirmaciones. Por el estilo andaba la de **Cambie, compre o venda**, **Diario íntimo de un niño**, la demencial **Cápsula cultural**, **El arte de hablar** y demás.

Puede decirse que toda la estructura de **Operación convivencia** descansaba en dos falacias. Una consistente en que un programa dirigido a la zona metropolitana necesariamente iba a ser sintonizado por casi todos los televidentes localizados en el área.

La otra fue partir de la idea de que ese mismo contingente de teleespectadores estaba formado por un elevado porcentaje de débiles mentales y a quienes cualquiera que tuviera la suficiente audacia podía darles "consejos" sin ton ni son.

Con bases tan falsas, fue una verdadera proeza el que **Operación convivencia** se mantuviera tanto tiempo en cartelera y se le citara a menudo como ejemplo de los esfuerzos realizados por los empresarios televisivos para servir al auditorio.

Hoy esa aventura se acabó y parece ser que se tiene cuidado en evitar su repetición, el veto a la proyectada serie de Silvia Derbez parece apuntar en ese sentido.

En otro orden de ideas, el **Show de Cepillín** que sustituye a **Plaza Sésamo** en el Canal 2, ha resultado una broma de mal gusto para el auditorio infantil.

Para comenzar, el **show** es una subdesarrollada imitación de **Plaza Sésamo**. Las intervenciones de Cepillín, dentista metido a payaso, son tan graciosas como la víspera de un lanzamiento. Además, las muecas y caras chistosas hechas por él mismo bufón, harán reír a sus familiares, pero es casi seguro que a los niños les son del todo indiferentes.

Según se ha dicho en la campaña publicitaria del **Show de Cepillín**, Ricardo González —nombre verdadero del odontólogo— duró seis años como titular de una serie televisiva local en Monterrey, pero si esta longevidad se debió a las mismas circunstancias que prolongaron la existencia de **Operación convivencia**, poco hay de garantía en cuanto a su calidad.

Algunas personas, que supervisan los programas vistos por sus hijos en la TV, le dieron un mes de vida al **Show de Cepillín**. Ojalá que tales augurios se hagan realidad y otra chabacanería deje de contaminar las mentes infantiles.