



Extracto del libro de **Adriana Amado Suárez, *La mujer del medio*, Buenos Aires, UBA/Libros del Rojas, 2003.**

Índice

Prólogo, por Moira Soto

Capítulo I: La mujer pantalla

La magia de la televisión
La guerra de los dos mundos
Cualquier parecido con la televisión
es pura coincidencia

Zapping 1

La mujer y el descontrol remoto
Tardes de amor, cocina y basura

Capítulo II: Pedazo de mujer

Mujer de a cachitos
Nosotras, las otras
Lavado de cabeza
¿Hay vida después de la cosmética?
Lo peor de ser gorda es parecerlo
De grande, me gustaría ser flaca
Las diosas también lloran
Un mundo feliz

Zapping 2

Cocineras eran las de antes
Madre, viuda y argentina

Capítulo III: Las muchachas periodistas

Todas unidas triunfaremos
Detrás de cada gran hombre
Periodismo de decoración
De ellas, ni noticias
Al piquete en taco aguja
Caso I: Las periodistas sufren como
una madre
Caso II: Periodista estrella fugaz

Zapping 3

Susana (pero la otra)
Las discípulas

Capítulo IV: La mujer es un ser humano

A confesión de parte
Belleza, juventud, hogar e hijos
De tan buenas, somos lindas
No hay aviso que te venga bien
Literatura femenina
Comisión pro-lavado
Pura espuma
El blanco perfecto
¡Qué jabón!

Zapping 4

Homenaje a la mujer
La reina del Talk Show

Capítulo V: Ser mujer es utilísimo

Me debo a mi público
Ocupaciones femeninas
Mujeres trabajando
Consejos inútiles para mujeres útiles
Hogar dulce hogar
Las mujeres modernas no saben
hacer un guiso
Mujercitas
¡Ah, qué belleza!
Que sepa coser, que sepa bordar
Hobbies inocentes

Zapping 5

Niñas modelos
Vivir para triunfar
Para la M

Capítulo VI: Bajando el cierre

Una que otra conclusión precoz
La TV no tiene momentos de
meditación
Hasta que la muerte nos separe

No todo es televisión en esta vida

Algunos libros consultados
Artículos periodísticos referidos





[pp. 65-99]

Capítulo III: Las muchachas periodistas

Una periodista argentina increpa al intendente de San Miguel en el programa *Hora Clave* (Azul TV, emisión del 30 de marzo de 2002).

–A mí me genera ciertas inquietudes, pienso... –anticipa Marziotta.

–Es bueno que la inquietud la haga pensar –le contesta Aldo Rico.

–Bueno igual no pienso tanto, no se crea... –contesta la periodista, con una arriesgada ironía.

Al día siguiente las chicas de *Grandiosas*, se hicieron cargo de la defensa corporativa y le contestaron al famoso ex Carapintada. “*Nosotras no pensaremos, pero vos son un facho*”, despotricó Laura Oliva antes de pasar la foto del intendente por el triturador de papeles. ¿Será justicia? Es fácil pegarle al pichón y protestar contra el machismo más descarado, pero estas feministas a la criolla, en su tosca solidaridad, ¿no resultan de alguna forma patéticos calcos de lo peor que critican? Chicas, chicas... ¿Y si empezamos por casa? Ya que la televisión suele abrirle con mayor gusto la puerta a aquellas que más se parecen a sus madres, convendría empezar por la autocritica y advertir qué mujeres tienen permiso para sentarse a la mesa de los opinadores públicos que supimos conseguir.

Si contamos cabezas, está claro que en su gremio las periodistas no han logrado ocupar la parte proporcional que tienen en el censo. Según la dignísima opinión de la asociación de empresarios de medios argentinos, para el 2001, cuatro de cada diez periodistas eran mujeres¹. Sin embargo, el título de esa nota (“Las mujeres vienen pisando fuerte”) parece plantear que esta presencia de menos del 50% es abrumadora, cuando no amenazante. Es cierto que según muestran algunas cifras, como las de los estudios de las Naciones Unidas, para mediados de los noventa más de la mitad de los estudiantes de comunicación eran mujeres, y casi el 45% de la locución de televisión en Europa y en América Latina correspondía a la franja femenina, que ocupaba alrededor del 30% de los puestos ejecutivos de las grandes cadenas norteamericanas. Sin embargo, más allá de la respetable minoría conseguida, todavía hoy la mayoría demográfica tiene que seguir peleando por un lugar digno en los medios, especialmente en los espacios que verdaderamente





[66]

cuentan (o sea, los de poder). Sin ir demasiado lejos, de los treinta tres miembros que componen la Asociación para la Defensa del Periodismo Independiente (Periodistas), sólo nueve son mujeres².

Sin duda que hubo algunos avances si comparamos las épocas en las que el diario *Ámbito Financiero* consideraba que las mujeres no podían escribir sobre política, o cuando *Clarín* no las dejaba firmar notas, ni las mandaba como corresponsales al exterior (“*porque había que pagar otra habitación para el fotógrafo*”³). Pero el nuevo siglo todavía no les cedió a las muchachas periodistas jefaturas de sección (no hace falta más que repasar el diario cada mañana para ver que son escasísimas las jefas), y mucho menos, puestos directivos. Exceptuando, obviamente, el excepcional caso de Ernestina, viuda del Noble empresario, que sigue ejerciendo la dirección desde su acrópolis, de la que sólo sale para recibir los innumerables premios que la sociedad le da a su gran diario. ¿Acaso ninguno de estos cargos requiere de “*la sensibilidad*” femenina mencionada por la nota de ADEPA (la asociación empresaria *ut supra* mencionada), que ofrece como ejemplo de la superación que en Brasil existe “*un diario dirigido por una mujer*” (como si ese avance ya los eximiera de cualquier esfuerzo en el mismo sentido). Y a renglón seguido agregan “*Es más [sic], de los 292 periodistas, 93 son mujeres*”, concediendo que la evolución del género en la profesión es que lleguen al ¡31,84% del *staff*! Por un curioso fenómeno de inversión de la inferioridad numérica, se plantea como logro lo que no es más que la confirmación de la inequidad que también se observa en otras actividades (para el INDEC, sólo el 32% de las posiciones directivas son ocupadas por mujeres, que alcanza apenas un 25,2% en las jefaturas⁴). En la década de los noventa, más de las dos terceras partes de las redacciones de periódicos estadounidenses estaban ocupadas por hombres, y apenas una de cada cuatro directivos o jefes de sección era mujer. Y todavía hoy sigue sorprendiendo una figura femenina en un cargo ejecutivo. ¡Oh, cielos! ¡Una mujer!, como se lee en la revista *Viva*⁵ en la se habla de la directora del principal diario estadounidense bajo el título “*El toque femenino*”. Se comien-





[67]

za la nota alegando que Karen Jungersen está más cerca de una abuelita “*haciendo dulces caseros o bordando una colcha de parches*”, que de una ejecutiva. ¿Cuál será el aspecto que se espera de una periodista para que se la considere seria y capaz para tratar cualquier tema? ¿Qué tendrá que hacer una mujer para que no le pase lo que a Jungersen, a la que un colega felicitó por ser una asistente eficiente del hombre al que acompañaba, sin entender que ella era la jefa y el hombre, el subordinado?

Si hasta la propia Luisa Lane, periodista de ficción, para conseguir el tanpreciado reconocimiento público tuvo que ponerse de novia con Superman.

Todas unidas triunfaremos

“No pongo mujeres en CQC porque la primera condición que me pedirían es que sirvan para calentar tipos. Como dijo Boggie el Aceitoso: la mujer en la cama y en la cocina y si la cama está en la cocina, mejor” (Mario Pergolini, conductor y productor de televisión)

Fuimos a la televisión a constatar si efectivamente se mantenía el marcador “6 a 4” a favor del equipo masculino, que sostenía ADEPA para los medios argentinos, para lo cual recorrimos las mesas que tan primorosamente se tienden en cualquier programa de información. Una semana cualquiera, más o menos para mediados del año 2002, ofrecía al televidente ávido de realidad política y social sesudas propuestas que se discutían como en un partido de ping pong entre el equipo de los varones y el de las mujeres.

TV Guía para mediados del año 2002, Programas periodísticos:

Domingo

21 horas	América	Periodistas	Mesa periodística un poco más progre que la que simultáneamente se arma en el otro canal, a cargo de Adrián Paenza, Marcelo Zlotogwiazda y Ernesto Tenenbaum, a la que cada tanto invitan a la periodista Romina Calderaro. [No es mucho lo que invitan a la chica, pero bueno, anotamos el tanto porque es una de las pocas representantes idóneas del género que admitió la tele en el 2002]	4 a 1
----------	---------	--------------------	---	-------





[68]	Azul TV	Hora Clave	Conduce el profesor Mariano Grondona, con la asistencia de Fernando Carnota, Diego Valenzuela y Cecilia Absatz. [Inicialmente eran dos las mujeres, pero hubo una baja, que se fue antes de hora. Más informaciones al final del capítulo].	3 a 1
23 horas	América	Punto Doc	Programa de periodismo de indagación a cargo de Daniel Tognetti y Rolando Graña. [La productora 4K reniega explícitamente de la presencia de mujeres como muestra la cita que abre este párrafo. La excepción la hacen cuando las presentadoras pasan la prueba de la microbikini, como muy bien demuestran las sucesivas conductoras de programas posmo como "El Rayo"].	2 a 0

Lunes

13 horas	América	Antes de hora	Programa de actualidad con Marcelo Longobardi (conducción y comentarios), Beto Casella (¿opinión?), Ariel Donatucci (deportes) y Carlos Burgueño (economía), Gisela Marziotta (política). De lunes a viernes [La 1 del marcador viene de "Hora clave]	4 a 1
21 horas	América	Detrás de las noticias	Clásico programa de Jorge Lanata, al que acompañan Horacio Verbitsky, Maximiliano Montenegro, Reynaldo Sietecase, Andrés Klipphan, Walter Goobar y María Julia Oliván. De lunes a viernes.	6 a 1
23 horas	América	Después de hora	Daniel Hadad, Antonio Laje, Eduardo Feimann, Lito Pintos y María (así, a secas, porque para dar el pronóstico meteorológico, y contestar a la pregunta inicial "¿Cómo estás, María?" no hace falta apellido). De lunes a viernes.	4 a ¿1?
	Azul TV	Zona de investigación	Néstor Machiavelli y Cristina Pérez. [¡Empate!, ¡empate!]	1 a 1





[69]

Martes

22 horas	América	La Cornisa	Programa con el liderazgo absoluto de Luis Majul y la asistencia técnica y espiritual de Alfredo Leuco. [No se contabilizan las fugaces participaciones de Olga Wornat, invitada obligada cuando es necesario hablar de los conflictos de alcoba de Menem]	2 a 0
23 horas	Azul TV	Memoria	Samuel "Chiche" Gelblung, el único. De Martes a viernes [En este caso, debemos reconocer que el conductor es bastante generoso en conceder espacio a eventuales columnistas femeninas, considerando que juega a hacerse el machista confeso]	1 contra todos

Miércoles

23 horas	Canal 13	Telenoche investiga	María Laura Santillán y Juan Miceli	1 a 1
-----------------	----------	----------------------------	-------------------------------------	-------

Jueves

23hs	Canal 13	Kaos en la ciudad	Magazine periodístico de variedades modernas con Juan Castro, Martín Cicioli, Ronnie Arias y Carla Czudnowsky. [Y debe decirse: en este programa, Carla siempre tuvo su silla y su espacio que ocupó con oficio y desenvoltura, cosa que no pasa en otros que no queremos nombrar]	3 a 1
-------------	----------	--------------------------	---	-------

El recorrido nos muestra 31 individuos de sexo masculino contra (nunca más oportuna la preposición) ¡8 mujeres! No, no, no. Definitivamente con los programas periodísticos serios, no cierra el cupo. Y no hablamos de un cupo de 50% como el que exigía la Ley de Igualdad de Oportunidades que se sancionó en 1972 en los Estados Unidos. Ni siquiera se cubre el controvertido treinta por ciento de nuestra humilde ley de cupo para cargos políticos.

Adriana Amado Suárez

La mujer del medio

Libros del Rojas
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



[70]

Quizás sea conveniente incluir los programas de misceláneas menos sesudas, en la sospecha de que ahí las muchachas pueden ser mejor recibidas.

TV Guía para mediados del año 2002, Programas magazine y de interés general:

Domingo

20 horas	América	La selección	Programa de intimidades farandulescas conducido por Luis Ventura, Viviana Canosa, Marcela Coronel y el Arquitecto Sergio Company.	2 a 2 (¡Vamos!)
-----------------	---------	---------------------	---	--------------------

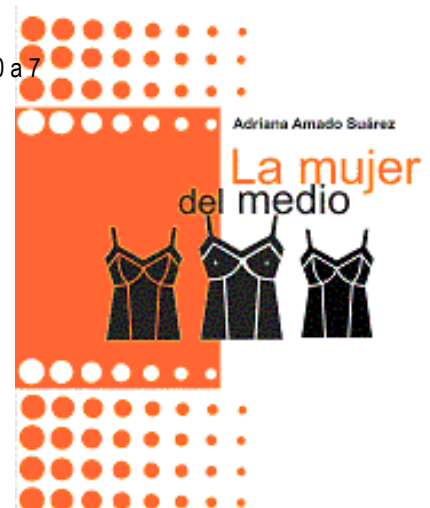
Lunes a viernes

12 horas	Canal 13	Mariana de casa	Mariana Fabbiani (simpática conductora) y Martiniano Molina (simpático culinario), que se divierten simpáticamente.	1 a 1
13 horas	América	Impacto a las 12	Mauro Viale y panelistas varios. Diego Suárez, Roberto Eguía y Marina Calabré. Después fue Claudio Orellano, Mario Caira, Andrea Bisso y Bárbara Arroyo ("Lulú" y "Heidi" según aparece en el <i>videograf</i>) [Es el más misceláneo de todos los programas de misceláneas]	3 a 1
	Azul TV	Rumores del espectáculo	Susana Roccasalvo y Carlos Monti (programa de chimento explícito). [No se incluyen ninguno de los personajes de la fauna variopinta que acompañó el ciclo 2002 del programa, que compasivamente fue denominada los mediáticos ⁶ . En muchos de los casos era difícil dilucidar con qué género se identificaban].	1 a 1
	Canal 7	Ricos y sabrosos	Ana Acosta y Pablo Alarcón, artistas multifacéticos.	1 a 1
14 horas	América	Intrusos	Programa de opinión chimentera, conducido por Jorge Rial, con la interlocución de Luis Ventura, Marcela Coronel, Viviana Canosa, Analía Franchín, Camilo García y Sergio Company.	4 a 3





[71]	Azul TV	Zap TV	Marcelo Polino, Jorge Lafauci, Jorge Dorio y Adrián Santucho y Pilar Smith. [El programa es una mezcla de chimento más <i>talk show</i> más panelistas ignotos con pasos de grotesco porteño.]	4 a 1
	Canal 13	Grandiosas	Karina Mazzocco, Laura Oliva, Fanny Mandelbaum. [Enseguida pusieron "Los osos" un programa espejo, a la noche, donde tres señores -Lalo Mir, Fabio Posca y Alejandro Fantino- restituyen el desequilibrio de tanta mujer en un mismo programa. Pero no duró mucho]	0 a 3
16 horas	América	Va por vos	Guillermo Andino, Federica Pais, columnistas varios y Maranga, perro fetiche del juego telefónico.	1 a 1
	Azul	Venite con Georgina	La dúctil Georgina Barbarossa acompañada por Mariano Ludica (conductor en ojotas), Teto Medina (presentador y frustrado cantante internacional) y Diego Garibotti (ex carilindo "Expedición Robinson").	3 a 1
	Canal 7	Diariamente	María Belén Aramburu y Mario Caira. [Como en otros aspectos de la programación, el canal oficial no mueve el marcador, ni para un lado ni para otro.]	1 a 1
	Telefé	Una para todas	Programa de fugaz aparición, donde las actrices Beatriz Taibo, Mónica Galán, Andrea Politti, la periodista Ernestina Pais y una incipiente movilera, Mariana Levy, intentaban transitar el hostil camino del feminismo vuelta y vuelta.	0 a 5
17 horas	Canal 13	Las cortesanas	Programa de panel dirigido Marcela Tinayre (hija de diva, esposa de prófugo), Ana María Giunta (actriz), Mónica de Álzaga (mujer televisión), Gabriela Arias Uriburu (madre en lucha por recuperar a sus hijos), Amalia 'Yuyito' González (ex <i>vedette</i> , actual periodista), Nazarena Vélez (ex conductora y futura conductora), Celeste Molinari (travesti ex participante de <i>reality show</i>).	0 a 7



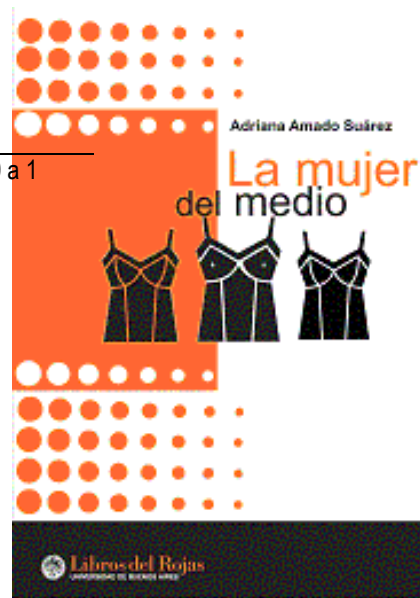


[72]

	Telefé	Maru a la tarde	Maru Botana, cocinera; Teresita Lancaster (alter ego de Mariana Brisky); Mariano Peluffo delegado en el piso de "Gran Hermano" (al que promociona con tenacidad), Gerardo Young (a cargo de los comentarios sensatos) y Axel Kuschevatzky (cinéfilo sin más ocupación que la promoción de las películas que el canal pasará a la noche). El actor Rodolfo Samsó 'Alakrán' interpreta personajes varios. [Nunca un programa para mujer tuvo tantos hombres]	4 a 2
18 horas	América	Entre Moria y vos	Moria Casán y toda su anatomía, contra el mundo de desdichas y hostilidades de sus invitados de la vida misma.	0 a 1
	Canal 13	Siempre listos	A cargo de la psicóloga súper divertida Verónica Lozano, y el ex modelo (también súper) Horacio Cabak.	1 a 1
20 horas	América	Indomables	En principio a cargo del ex periodista deportivo y padre de las criaturas mediáticas Mauro Viale, y luego dejado en manos del músico y <i>showman</i> Roberto Petinatto. El conductor heredó los compañeros: Guillermo Pardini, Marcela Tauro, Claudia Medic, Claudio Pérez, y Rafael July (todos periodistas opinadores o aspirantes a serlo).	4 a 2
	Azul TV	Titanic: Primero las mujeres	Nora Briozzo y Pablo Duggan. [El nombre sigue siendo una incógnita, como el programa, particularmente en lo que hace al título: ¿primero las mujeres en qué? Por favor ¿dónde están los salvavidas?]	1 a 1

Martes

22 horas	Canal 7	La conversación	Pinky, que no conversa consigo misma, sino con eventuales invitados.	0 a 1
----------	---------	------------------------	--	-------





[73]

Viernes

22 horas	Canal 7	Yo amo a la TV	Guillermo Blanc, Jorge Lafaucci y Any Ventura, como panelistas principales, y Bárbara Arroyo. Con Juan Carlos Vilches, como moderador.	3 a 2
23 horas	Azul TV	Mujeres acorraladas	Lía Salgado y harem (María Eugenia Ritó, vedette multifacética; Connie Ansaldi, movilera; Viviana Arce, ex participante de <i>reality show</i> , Rocio Marengo (ex novia de Marley, ex nuera de Alfano). [La ventaja numérica, en este caso pateó en contra]	0 a 5

Sábado

19 horas	Canal 7.	El refugio de la cultura	Oswaldo Quiroga	1 a 0
20 horas	América	Polémica en el bar. Cupo femenino.	De izquierda a derecha (de la pantalla, claro): el escritor y ex embajador Jorge Asís, la periodista Nancy Pazos, el productor Gerardo Sofovich, la periodista Silvina Walger y el cómico Miguel del Sel. [Dos mujeres en la mesa, discutiendo, una atrás, con las tetas apoyadas en el mostrador, Paula Volpe.]	3 a 2+1
	Canal 7.	Los siete locos	Cristina Mucci.	0 a 1

Resultados contundentes: 38 hombres frente 46 mujeres. ¿Cooooomo? Una mayoría no por azar asociada a farándula, espectáculo, frivolidad, historias cotidianas, chimentos, discusiones inconducentes, reportajes livianos, posiciones correctísimamente institucionalizadas. A los directivos siempre les ha gustado escuchar los chismes de la boca de las mujeres. Dijo un editor del periódico *New York Post*, Richard Johnson, “Las mujeres suelen ser mejores no sólo a la hora de conseguir la información, sino también de difundirla”. Escribió Oscar Wilde, en *Una mujer sin importancia*: “Bueno, te lo diré si prometes solemnemente decírselo a todo el mundo”. Por cierto esto no debería tomarse como un halago, sino como una variante institucionalizada del chisme vulgar y silvestre. Any Ventura, periodista de uno de los programas de la grilla y entrevistada para este libro, admite que en la televisión las mujeres están para las cosas hogareñas, y el chisme es una cosa menor. No pensemos entonces,





[74]

que se trata de igualdad ni de compensación de espacios.

Además, muchos de estos programas dejan muy en claro el público al que van dirigidos. Mientras que los primeros –los periodísticos–, son programas para personas, los de la última lista son, en su mayoría, programas de “Mujeres para mujeres”, como tituló *Clarín* su suplemento de espectáculos del 17 de julio de 2002.

–En los años ochenta quien desarrollaba un programa era porque tenía algo para decir que pusiera en entredicho los estereotipos de mujer –justifica Marta Merkin⁷, parte del equipo creativo de *Grandiosas*–. La intención era dar un mensaje que interviniera en la realidad. Eran los tiempos en que se había recuperado la palabra en los medios y que emergían temas políticos que antes estaban censurados. Existían varios programas que ponían en juego una reflexión sobre el género. Hoy la existencia de “Grandiosas” o “Las cortesanas” no indica que haya una lectura de género sino que las mujeres son las fundamentales consumidoras. El que decide es el rating y el rating pide una mujer divertida, no a la reina de sí misma.

A esto se suma el hecho de que en la televisión, como en la vida, no hay plata. Para Pablo Sirvén la televisión no es más que una metáfora precarizada de la realidad, y “a falta de presupuestos para producir, los canales apelan al rejunte de gente más inclinada a la insolencia vacua y al chismorreo improbable de entropierna que a mover sus neuronas de manera mínimamente reflexiva”⁸.

–Por ahora no va a cambiar –pronostica Any Ventura⁹– porque tiene que ver con la crisis, con una televisión barata, con una televisión pobre de ideas. Salvo la ficción, lo demás es un poco de panelistas y chau.

Por su parte, Bernarda Llorente, subdirectora de programación y contenidos de *Telefé*¹⁰, admite que la falta de recursos no es una excusa: “Desde los términos estrictamente televisivos, tendríamos una gran deuda si desde la crisis no sale lo mejor de nosotros. Tenés dos caminos: hacer mejores contenidos con menos recursos o ir a una televisión cada vez más bastardeada, más barata pero más empobrecida en lo que le das a la gente”.





[75]

Pantallita: *Indomables*, América, 20 horas, emisión del 24 de abril de 2002.

Entrevista incisiva, de mujer (periodista) a mujer (*vedette*):

--Alejandra, ¿a vos te gusta que te peguen? --pregunta Marcela Tauro.

-- [Silencio] --Alejandra Pradón no sabe, no contesta.

-- ¿Por qué llegás al golpe?

-- Por amor... Cuando están enfermos de amor, lo entiendo. Se descontrolan --responde la comprensiva Pradón.

-- ¿Por qué no usás ropa interior?

-- Porque te corta [sic] el vestido... Yo siempre soy de usar ropa interior.

-- ¿Vos andás así por la calle?

-- No, me cambié acá, en el baño.

Detrás de cada gran hombre

“El sexismo: el proceso por el cual características físicas se vuelven ventajas sociales” (*Carlos Monsiváis*, Amor perdido)

Como se ve, el periodismo de rancia estirpe de los clásicos programas de análisis sociopolítico *arrrrgentino*, es refractario a la participación femenina. Es más, sólo el canal estatal se dio el lujo de dejar dos periodísticos en manos femeninas: a Pinky le cede *La conversación* y a Cristina Mucci le deja conducir *Los siete locos*. Pero deberá tomarse como una de las extravagancias a las que nos tiene acostumbrada la televisión no comercial.

--En la televisión abierta, no hay ningún programa periodístico conducido por una mujer, y en programas de gran audiencia, como ‘Hora Clave’, a la hora de debatir los temas del poder o la economía, la participación femenina es escasa-- señala la periodista Norma Morandini en su libro *La gran pantalla*-. La voz de la inteligencia que demandan las mesas de debate, es “un valor masculino que no se espera de una mujer, en la que importa más la simpatía, la dulzura o la belleza, que la autonomía de pensamiento.

Sin embargo, la descalificación para hablar no las excluye de otros espacios. En el caso de los programas periodísticos, las mujeres son mayoría.





[76]

detrás de cámara. Haciendo culto de un feminismo de la diferencia en versión local, podría encontrarse que las mujeres son tan eficientes, tan empeñosas, tan aguantadoras, que dan perfecto en la producción de los programas. Y puede decirse que desde el inmemorial “Tiempo nuevo” donde el propio Bernardo Neustadt dejaba el asunto en manos de Clara Mariño, la producción general y periodística de los clásicos tiene cara de mujer: Lanata la tiene a Silvina Chaine, Grondona cuenta con la asistencia perfecta de Myriam Passarello, y hasta el propio Jorge Rial juega a depender de la competente organización de Liliana Parodi. ¿Será apenas una variante más de la misma vieja historia de la mujer (grande, mediana, pequeña) “detrás de”?

La antropóloga Helen Fisher analizó exhaustivamente la participación de las mujeres en los medios para concluir que “Los productores y comentaristas masculinos suelen dirigir la cobertura informativa en televisión, pero ésta es una pequeña fracción de lo que la gente ve”. Entonces esto invierte la carga de la sospecha: si son mujeres las que arman las mesas de debate y las que plantan los programas, ¿por qué ese empecinamiento en no cubrir el mínimo cupo de inteligencia femenina? ¿Por qué, cuando las incluyen, suelen elegir las peores integrantes del género? (una modelo, una periodista iletrada, una socia de la Liga de Amas de Casa son, apenas, variantes de la condición femenina, pero generalmente son exhibidas como sus representantes). Liliana López Foresi, periodista alejada de la tevé abierta por razones políticas según ella se encarga de aclarar, sostiene que el protagonismo de ciertas mujeres en la TV es “para aplastarnos. Lamento ese retroceso. Hay cosas que se notan por ausencia”¹¹.

–No están dispuestos a que funcione –observa Any Ventura-. Por eso ponen mujeres para que fracasen y confirmar las teorías. Pero con el aval de las mujeres: las mujeres están pensando más en cómo seducir a los tipos que en las otras mujeres.

A esta altura, vale la pena recordar unas palabras de Bourdieu que conceder a las mujeres estos espacios televisivos subsidiarios, recortados, denigrantes, no es inocuo, aunque sea ingenuo.

La división tradicional de las tareas se actualiza a cada instante, porque está inscrita en las disposiciones inconscientes de los hombres y también de las mujeres, Así, en la televisión, las mujeres están





[77]

casi siempre confinadas a papeles menores, que son otras tantas variantes de la función de anfitriona, tradicionalmente otorgada al sexo débil; cuando no están flanqueadas por un hombre, que les sirve de valedor y que juega a menudo, mediante bromas y alusiones más o menos fundadas, con todas las ambigüedades inscritas en la relación de la pareja, les cuesta imponerse, e imponer su palabra, y se ven confinadas a un papel convenido de animadora o de presentadora. Cuando participan en un debate tienen que luchar constantemente para que se les ceda la palabra y para retener la atención, y la discriminación que padecen es tanto más implacable por no estar inspirada en ninguna mala voluntad explícita, y porque se ejerce con la perfecta inocencia de la inconciencia.

Para Bernarda Llorente, directiva de Telefé, “Hoy la TV en cuanto a contenidos sigue siendo machista. El que haya mujeres en puestos directivos no ha cambiado sustancialmente los contenidos porque tampoco han cambiado los contenidos de la sociedad. Y estos caminos van paralelos. Creo que las mujeres que hacemos televisión seguimos teniendo una deuda con las mujeres, por cómo las mujeres se reflejan en la televisión: la mujer objeto, la mujer en papeles de subordinación, la mujer estereotipada, etc.”. A esta altura ya se sospecha que la pantalla no es un lugar muy confortable, incluso en los casos de aparente igualdad, como el de Cristina Pérez, una de las pocas que le empata a su compañero el espacio de la conducción de *Zona de Investigación*. –Es cierto que las mujeres tenemos un techo en la televisión que está marcado por la edad y el aspecto físico, pero también es cierto que tenemos que aprender a vencer el enorme riesgo de caer en la frivolidad –declaró Pérez en una nota sobre el periodismo femenino-. Esta profesión es frívola y nuestros mensajes deben ser claros y hay que saber cuidar los lugares a donde vamos, la vestimenta, porque somos más vulnerables a las presunciones, a veces injustas, del medio, por el hecho de ser mujer.

Pero muchas veces los errores más groseros los cometen las mismas mujeres que por temor a perder el espacio, o por complacer a aquellos que se lo concedieron se hacen eco de las ideas más refractarias. Para Cecilia Absz





12^{se}





[78]

trata de mujeres que cumplen la función de *'la oposición controlada'*.

– No es fácil encontrar mujeres que representen la voz femenina, pero hay. Lo que pasa es que son muchas más las que juegan en contra, por su grado de obviedad y de falta de reflexión... Con el (entre comillas) triunfo del feminismo, con el cupo legal y todo eso, veo mucha mujer recostada sobre la ley en lugar de tratar de ser alguien. Y ahí veo el peligro. – el riesgo estaría en perder el territorio que para Absatz las mujeres han ganado a la discriminación y a la subordinación, quien agrega– Ésas desaprovechan muchos años de trabajo para conseguir un micrófono o para trabajar en un diario. Yo observo algunas mujeres en ese espacio, que tanto nos costó conseguir a las de mi generación y que todavía no está del todo logrado, como el derecho a andar en pantalones, el derecho a que alguien considere que podés ser algo más que una secretaria.

Otro error sería considerar que los programas de mujeres tienen que exagerar los rasgos que se presumen femeninos. ¿Por qué cuesta pensar programas de mujeres aptos para todo público? Para Absatz de alguna manera esto también es sintomático del lugar que ocupa la mujer en los medios en general.

–El tema en la radio es bastante revelador. Hay muy pocas mujeres que conducen programas: Any Ventura, Nancy Pazos, Luisa Valmaggia, Alicia Barrios, Magdalena... –dice Absatz tratando de recordar otros casos–. Todas las demás son locutoras que el fin de semana tienen un programa, pasan música, hablan con el público. Eso es revelador.

Periodismo de decoración

“Amigo mío, no hay mujeres geniales. Las mujeres forman un sexo decorativo. Nunca tienen nada que decir pero lo dicen con encanto. Las mujeres representan el triunfo de la materia sobre el intelecto, del mismo modo que los hombres representan el triunfo del intelecto sobre la moral” (Oscar Wilde, El retrato de Dorian Gray, 1891)

¿Cuál es el periodismo que la televisión le permite ejercer a las mujeres? En





[79]

tren de categorizarlo se me ocurre que podría definirse como un ‘periodismo de decoración’, que consiste en colocar entre colegas varones una cara más o menos bonita (si más, mejor) con el objetivo principal de que luzca un poco más la pantalla. O como ironiza Any Ventura, para agregar “*el ‘toque femenino’: un poquito de escote, un poquito de show, de sex appeal*”.

–A la hora de estar frente a la cámara siguen primando los calores de belleza y delgadez que no se aplican a los varones– observa Norma Morandini.

Mientras a las niñas admitidas se les exigen escotes abundosos y cutis tersos, los noticieros muestran las mismas caras masculinas desde hace treinta años. Los periodistas Eduardo Pérez Loizeau, Enrique Llamas de Madariaga y Jorge Jakobson, por caso, tienen el gusto de estar acompañados por jóvenes muchachas que además de hacer bien su trabajo, deben ocuparse del corte de pelo y de la ropa a lucir en cada emisión. En cambio, éstos apenas si se preocupan de cepillar el eterno traje oscuro y de aplicar periódicamente el tonalizador de pelo color negro taxi (procedimiento del que ni siquiera se eximen los de exigua cabellera). Ciertamente hay que reconocerles el mérito de mantenerse enteros y joviales, pero las manos nudosas y una espalda que ya no se endereza con el proverbial recurso de sentarse en el borde del saco para mirar de frente a la cámara, revelan el paso del tiempo. Ni qué hablar de las picardías que ensayan con sus bonitas *partenaires*: el anacronismo de sus piropos revela que pertenecen a una época en la que los *petiteros* se encontraban en Santa Fe y Callao.

Las duplas así conformadas confirmarían, de alguna manera, la observación de una productora norteamericana, citada por Susan Faludi en *Reacción, la derrota de la mujer moderna*, de que la mayoría de las parejas de presentadores de las televisoras locales recuerdan el segundo matrimonio de muchos hombres. Sin embargo, como vamos viendo, en la televisión no todo es como parece y pueden citarse algunas dignas excepciones para desmentir la idea. Any Ventura, por su lado, dice que esta regla no se aplica indefectiblemente en nuestros medios.

–En algunos casos podría decirse que es cierto, pero en otros no. En el caso de Mónica y César, ella impuso sus maridos. Susana demuestra todo lo contrario: pasan los matrimonios y ella sigue... Moria, confirma lo contrario. No es cierto que la televisión está llena de jóvenes. Las mujeres tops son





[80]

todas menopáusicas, son todas chicas de arriba de los cuarenta, que ya hicieron todos los deberes, y ya está, se pueden divertir.

Mónica de Álzaga¹³, atípica panelista de uno de los típicos programas de la tarde, rescata el caso de otra señora mayor, que muestra que el argumento de la belleza y la juventud es, cuando menos parcialmente, falaz.

–Fanny Mandelbaum es una mujer muy respetable. Haber aceptado hacer un programa como el que está haciendo y con éxito, tiene un gran mérito... Es una mujer que se animó al ridículo de la televisión abierta sin perder su dignidad. Se animó a estar acompañada de la Mazzoco que es monísima, y de la Oliva, que es súper graciosa y tiene una salida para todo... Fanny es como la pasa de uva del programa pero, sin embargo, ha salido airosa de la experiencia porque tiene claro quién es... Por eso yo la admiro.

Claro que en cualquiera de los casos estamos hablando de las excepciones de la regla. Los cuestionamientos que podrían pesar sobre cualquier mortal, no corren cuando se habla de figuras que por razones extrañas y no siempre evidentes cautivan a sus audiencias.

–Diva no es cualquiera. Susana Giménez resplandece cuantas más pasiones la devoran. La gente no se enamora de figuras anodinas. Las prefieren ángeles y demonios al mismo tiempo, como Maradona, el rey de los divos – dice el periodista Pablo Sirvén.

Pero está claro que las excepciones a la función ornamental son pocas y no mueven la balanza para el lado de la justicia genérica.

–Es muy difícil ser estos personajes...–reflexiona Ventura sobre las grandes figuras–. Tenés que ser una diva... No hay tantas, sólo algunas mujeres que pueden convertirse en una. A mí me parece que los productores quieren, como panelistas, mujeres para decorar, no para opinar. No les parece interesante. Cuando quieren alguien para opinar la llaman a Silvina Walger, o me llaman a mí, o la pueden llamar a Nancy Pazos.

La periodista Ernestina Pais¹⁴ tuvo pantalla en el 2002 con una propuesta (*Una para todas*, Telefé) que no prosperó. Algunos sostienen que el programa era demasiado osado para la hora y el canal en el que se emitía: las integrantes hacían reportajes zafados y evitaban deliberadamente los lugares tradicionales de la televisión dirigida a la ama de casa. Para





[81]

Llorente duró sólo un mes en el aire porque “No resultó exactamente como nosotros esperábamos. Muchas veces te ocurre que las mujeres, a partir de que llegan a determinados lugares no necesariamente son solidarias con el resto de las mujeres sino que piensan que llegan porque son excepcionales”.

Ernestina plantea, por su parte, las dificultades de hacer televisión todo el tiempo con una economía de recursos que recurre a las mismas viejas recetas.

–Creo que la televisión es limitada en cuanto a posibilidad de romper con ciertos códigos que creen que venden. La palabra que escuchás mucho en televisión es ‘vende’ y creo que está todo ligado a eso. Una mina con tetas hechas, que esté buena, que sea linda, que pueda calzar bien la ropa y los zapatos siempre vende más que un discurso. –Pero Ernestina se encarga de recalcar que este resultado es apenas un efecto no buscado-. Podés tener soluciones creativas que no cuesten dinero pero la televisión es muy rápida, y en general las soluciones inteligentes cuestan más dinero que poner un culo y una teta, ¿entendés? Ojalá en la televisión de hoy la cosa fuera más democrática, pero creo que es lo que nos está pasando como sociedad, donde la televisión es apenas un brazo más.

Si la demanda decorativa que parece imponérsele a algunas mujeres no viene de la audiencia, si hay mujeres de la televisión que no se sienten cómodas con las exigencias estéticas, ¿de dónde vendrán los modelos en los que se inspiran algunas muchachas de la tevé? Como parece señalar el psicoanalista Germán García¹⁵, pensar que son estereotipos artificiales, significaría asumir la existencia de un arquetipo mujeril diferente a esas imágenes instantáneas que dispara la televisión. No hay tal arquetipo, apenas si una catarata de famas repentinas (Platón ha muerto, viva Andy Warhol).

–Es imposible separar las imágenes que una época tiene de las mujeres de las imágenes que las mujeres tienen de sí mismas –señala García parafraseando la idea de Lacan–. Éste es el tema resbaladizo. Supongamos que una chica de televisión diga ‘Sí, yo me hago la boba pero tengo muchos programas, mientras que a esa otra que se hace la intelectual no la ven ni los perros’. ¿Y, entonces? ¿qué? ¿es la mirada masculina? En tanto exista el *rating*...

El *rating* es el pulso que legitima o no lo que tiene derecho a sobrevivir en la televisión. Pero no es lo único, porque la televisión más que a los televidentes,





[82]

se mira a sí misma. Y si el otro programa lo hace, habrá que repetir la receta. Igual, igual, a como se crean los mitos: repitiendo algo que alguien repitió.

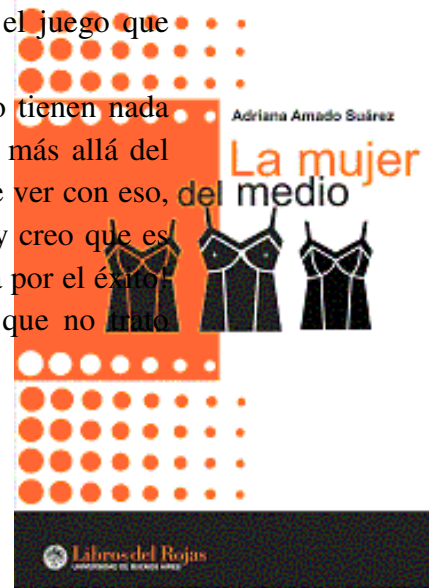
–La televisión tiene en cuenta los otros canales y también que hay periódicos, radio, y que la gente no escucha la radio como ve televisión, ni ve televisión como lee el periódico, ni lee el periódico como lee libros –agrega García–. La publicidad dice ‘hay que hacer todo para un tipo que tiene 12 años’, porque ésa es la edad que tiene la gente cuando ve televisión, aunque se trate de un físico atómico. Pensar que la televisión fabrica estereotipos sería no darse cuentas de que es una máquina interactiva.

O sea: una cosa es que contraten a las mujeres para hacer “eso”, y otra, que sean “eso”. Pero la gente, sobre todo la del medio, a veces se confunde. Absatz ejemplifica esto con el caso de una periodista que juega en los márgenes y que no es del todo comprendida.

–Un ejemplo extraordinario es Mónica de Álzaga, a la que su apellido y su respaldo económico le permiten no depender de un empleo –en referencia a que esta libertad permite experimentar y trabajar con más margen, cosa que no hacen las periodistas más tradicionales, que responden a las expectativas más consolidadas–. Llama la atención, se ríe de sí misma... Por ejemplo, fue la primera en la historia de la televisión, en tratar la homosexualidad con naturalidad, en hablar con un pareja gay como si fuera heterosexual. Cuando trataron de imitarla, se volvió estereotipado y discriminador. Cuando ella lo hace, es perfecto. Es una lástima que no esté en televisión, como es una lástima que no haya más mujeres con un discurso, con una posición, que haga un trabajo más interesante sobre la mujer y su propia vida.

Mónica es bien consciente de lo que hace en la televisión, a pesar de que muchos críticos confunden persona con personaje, cayendo en el juego que juega la periodista.

–Si yo no tuviera una familia, hijos y responsabilidades que no tienen nada que ver con la televisión no me importaría nada y podría estar más allá del bien y del mal... Me parece que estar en televisión tiene algo que ver con eso, ¿no? –se autoexplica Mónica–. A veces yo me jacto de ser yo y creo que es parte de mi éxito... ¡Bah! no de mi éxito, ¡porque lo mío no pasa por el éxito. Creo que una de las cosas que le gusta de mí a la gente es que no trato





[83]

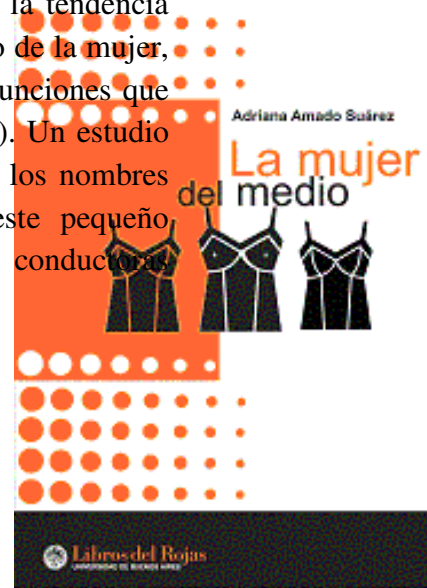
de ser nadie. Soy natural y digo lo que pienso, ¿no? Lo que digo o es muy incoherente o es coherente, pero algo debe tener... La gente piensa “es un disparate total lo que dice” o “¡Ah, fijate!, ¡viste lo que dijo!”. A veces me pasa que me encuentro con alguien que me dice “Yo me acuerdo cuando vos dijiste”. ¿Yo dije eso? ¡Y lo tienen como si fuera algo importante! ¡Ay, por Dios! ¡Qué miedo! ¡Qué miedo! ¡Pobre gente! Hay que tener cuidado... Me tengo que cuidar de lo que digo porque si lo pueden tomar como un ejemplo, un referente de algo...

¿Cuántas/os grandes periodistas y opinadoras/es resistirían semejante autocrítica?

De ellas, ni noticias

Si la proporción no se equilibra desde el lado de las presentadoras, tampoco hay demasiado que esperar de la mujer como protagonista de la información. Una investigación del Centro de Estudios de la Mujer¹⁶ demuestra que apenas un 20% de los protagonistas de noticias son mujeres, y son menos aún (15,1%) las que emiten su opinión. La cifra es más contundente cuando se cruza con el dato de que las noticias con mayor participación femenina son las policiales y las legales (ya se sabe, divorcios, tenencias, alimentos, crímenes pasionales), y casi ni aparecen en las de política y gobierno.

Ni qué decir de las ocupaciones de las mujeres que participan en estos pequeños bolos que los medios les conceden. Sí, adivinaron: amas de casa, en primer término, y después estudiantes. A su vez, por si hace falta aclararlo, los hombres de las noticias son la sinécdoque del poder: políticos, economistas y militares. Los datos de Argentina no hacen más que confirmar la tendencia global de que los medios insisten en subestimar el rol económico de la mujer, colocándola mayormente en lugares subsidiarios o acentuando funciones que son estadísticamente poco frecuentes (como amante o prostituta). Un estudio del Instituto de la Mujer de España dice que apenas un 9% de los nombres propios que aparecen en los diarios son de mujeres. De este pequeño porcentaje, el 63% corresponde a actrices, cantantes o conductoras.





[84]

de programas, un 12% alude a profesiones varias y un 11% destaca papeles en relación con un hombre, esto es, esposa de, madre de, hija de. Además, cuando aparecen lo suelen hacer bajo la forma de un trato confianzudo que no se replica en los señores. O se las llama, como en el barrio, con el artículo femenino (“la Sole”, “la Carrió”, “la Tinayre”, “la Bolocco”), o directamente con su nombre, si es que se lo merecen. Cuando se quiere manifestar el reconocimiento a ciertas figuras femeninas, se las designa por el nombre de pila: Susana [Giménez], Mirtha [Legrand], Pinky [casi nadie la reconoce por Lidia Satragno], Magdalena [Ruiz Guiñazú]. El caso de Mónica es interesante: fue alguna vez Mihanovich, después Marchetti, y cansada de la homofonías con la letra eme, no quiso ser Mascetti (tal el apellido de su actual pareja), y recuperó el Cahen D’Anvers patronímico. En cambio, en el caso de los hombres, cuando entran en la confianza popular se los llama por el apellido: Suar, Alcón, Grondona, Rial, Hadad, Tinelli.

Ya sé, no me digan: esto fue dicho muchas veces. Sin embargo, va siendo hora de preguntarse por qué cuesta tanto tomar en serio a las mujeres. En una encuesta de credibilidad periodística publicada por la revista *Noticias* (edición 1/6/2002), el único nombre de mujer que aparece (y en un modestísimo noveno puesto con 1,7% de credibilidad) es el que compone la dupla conyugal César & Mónica, que aparecen así, en tándem, confirmando la familiaridad con que el matrimonio se sienta a la mesa de los que sintonizan el noticiero de mayor audiencia desde hace años (no olvidemos que Mónica debutó en 1966 en ese mismo espacio). Será por eso que como dice Any Ventura que a Mónica, como “hace treinta o cuarenta años que está, le perdonan los años, le perdonan la estética, le perdonan todo”. O será porque en realidad encarnan un figura de mujer tranquilizadora: señoras distinguidas que viven las noticias con sensibilidad, pero sin demasiadas complicaciones.

El caso de Magdalena Ruiz Guiñazú es muy parecido. Es una de las pocas periodistas con programa de radio propio, una de las primeras en ser miembro de la Asociación Periodistas, y la figura recurrente cuando hay que pedir una opinión en serio. Como bien señaló Any Ventura en su libro sobre las mujeres relevantes de la década del noventa, lo que define a Magdalena no es el análisis, sino el sentido común.





[85]

–Es un ama de casa refinada, paqueta, educada, que habla idiomas, que usa el micrófono como un teléfono, como si todas las mañanas charlara unas horas, desde temprano, con algún amigo o amiga sobre las cosas que en ese momento preocupan al país.

Ernestina Pais señala que Magdalena y Mónica marcaron un estilo femenino que le gusta a la televisión, y que es encarnado por las figuras que tratan de sucederlas.

–En los programas periodísticos, cuando se incluye a una mujer como María Laura Santillán o Cristina Pérez, no se la ubica en un lugar de riesgo y de la periodista que se mete, si no en el de la madre argentina que se indigna ante lo que ve. Digamos que en general no está asociada al periodista que se enfrenta a la situación sino a la mina que ve la situación y dice ‘Esto nos hace muy mal a todos nosotros y a la familia argentina’.

El psiconalista Germán García relaciona estas figuras de señoras muy aseñoradas con el mecanismo demagógico de la televisión por el cual se busca, por sobre todo, agradar.

–Por ejemplo, ésta que aparece con el marido hace como si fueran una pareja de señores bien casados... – dice García, refiriéndose a Mónica–. Lo más repugnante de la televisión es este mecanismo que utiliza de identificación inmediata, de mimar lo peor de la gente. Cuando nosotros éramos pibes la señora Legrand era un monumento al *kitsch*, y pasó a ser casi la que enseña modales por televisión...No digamos que no es una locura. Pero tiene algo fascinante.

Mónica Gutiérrez, periodista a cargo del noticiero vespertino de América acepta que hay tratos diferenciales en la temática que encarna la mujer, pero, aclara, no es para dramatizar

–Hay algunas pequeñas cuestiones inevitables de discriminación.–aceptaba Gutiérrez en una entrevista¹⁷–Siempre te toca presentar la nota del precio del pescado en Semana Santa, por ejemplo. Pero bueno, de las mujeres se espera eso... ¡No hay por qué defraudar a la audiencia! Me tomo con bastante humor estas cosas.

Pero no todo es pescado de vigilia en la vida de la mujer: las señoras señoritas también pueden cumplir otras funciones.





[86]

–Para empezar las mujeres están para que no estén todos de negro, para que no haya tanto traje color, *bijouterie*: una cosa estética. Además ocupan un lugar para que puedan identificarse las minas...–enumera Ventura, agregando que a veces las chicas también ofrecen un ‘servicio a la comunidad’–Lucho Avilés decía que siempre tenía alguna especie de gato porque sabía que al mediodía siempre había un empresario mirando. El empresario podía hacer un negocio que podía servirle a la vedette y a él le servía para levantar el programa, porque mostraba un poquito las piernas, las lolas, la cola, y de paso le servía a todos...

Al piquete en taco aguja

Como la lógica ornamental que impregna la pantalla, hace que en alguna medida todas las chicas quieran ser militantes del periodismo de decoración, corresponde decir que, cada tanto, las periodistas obtienen alguna intervención más o menos importante, pero siempre y cuando no atenten contra la función estética para la que han sido convocadas. En el más digno de los casos, se trata de una sacrificada participación profesional: o las chicas se bancan las burlas de vestuario que hacen los muchachos del piso, o se van a hacer unos exteriores, donde lo más fácil que se les presenta es una *razzia* en la Villa 21 a las tres de la madrugada. Todo sin perder la impostada dignidad de chica *Revlon*.

Exponente del primer tipo es la notera de *Intrusos*, Analía Franchín, que mientras trabajó en ese programa no tuvo un momento en que no le hicieran chistes sobre el tamaño de los pechos, cuando no la amenazaban con contarle al novio qué hacía para conseguir las notas. Apenas tuvo la oportunidad de estar en el piso, la chica se mimetizó con sus compañeras, que lucen modelos siempre llamativos, preferentemente de María Vázquez (diseñadora *avant garde*, conocida internacionalmente por vestir a Shakira con sedas desgarradas artísticamente) o en su defecto, de *Tucci*, que también es re moderno, re asimétrico, ¿viste? Siempre, siempre, con zapatos *Ricky Sarkany* o *Rollys*, peinados sostenidos a puro gel y rigidez cervical, y labios rojos o ciclamen, *brishantes* con *efecto mojado*. Cualquiera de estas niñas





[87]

podrían ser acusadas de portación ilegítima de opinión, manifestada por expresiones imprevisibles regurgitadas después de la frase “A mí me parece que...”. La mutación suele ser inevitable.

–Yo me acuerdo del primer panel de *Gran Hermano*, en el que estaba Adriana Schettini, que venía de la gráfica –dice Any Ventura comentando la participación de su colega del diario La Nación–. Ella no estaba acostumbrada a la televisión y al principio no venía de la peluquería, venía tapadita... Pero a medida que iban pasando los programas, estaba más tiempo en maquillaje, venía con más escote...

Para Mónica de Álzaga más que de una moda, pareciera que se trata de un sino al que se expone ineluctablemente toda mujer que quiera pararse en frente de la cámara.

–Todas las chicas que trabajan en televisión tienen las lolas hechas, tienen los labios hechos, tienen puestos pómulos, tienen puestas extensiones, que son mortales... Mi mamá me decía “Te pido por favor que no vayas a terminar como todas las locas de la televisión”. Porque hay una metamorfosis que tiene que ver con el éxito. Van escalando y se van deformando la cara. El hecho de estar enfrente de la televisión te exige estar bien y con la cara planchada –Mónica insiste en que se trata de una epidemia que ataca las hormonas femeninas irremediablemente–. Hay como una competencia, como una fiebre. Programa que mires, todas tienen hechos los labios, los pómulos, las lolas y las extensiones... Y la que no las hizo estará juntando plata para hacérselas la semana que viene. ¡Es tremendo!

En el otro del extremo periodístico (o en el periodismo extremo), están las verdaderas obreras de la información, las movileras de la actualidad, menos producidas que sus colegas de piso, pero más contundentes. Romina Calderaro, de *Periodistas*, sabe alternar exteriores con competentes participaciones en la mesa de discusión. Es más, si existiera la justicia divina (y fuera impartida por una diosa), resolvería asignar a Paenza la tarea de perseguir a empresarios prófugos de espaldas a la cámara, como le mandan a Calderaro, y la dejarían a ella enfrentarse dialécticamente a los políticos del medio invitados.

María Julia Oliván, de *Detrás de las noticias*, es, por lejos, el exponente más abnegado del periodismo femenino del 2002, sobre todo porque es casi





[88]

la única que lucha –eso sí, sin norte y sin timón- contra la función decorativa. Por empezar, parece que el programa no consigue canje de ropa (apenas si lo apoya el Boston Medical Group, instituto especializado en disfunción eréctil). Esto se evidencia porque en repetidas apariciones María Julia usó el mismo blazercito de denim azul, que debe de haber comprado en Jazmín Chebar (diseñadora *very* moderna). Así desprovista de paramentos, su jefe Lanata la mandó a cubrir cuanta manifestación hostil apareció en el conurbano bonaerense. Y la piba se la bancó siempre, como demostró cuando no dudó un segundo en apurar a un insolente que la llamó ‘tilinga’ después de verla en el programa que hicieron en el medio de las asambleas populares. Con tonito piquetero, aprendido en las desoladas guardias periodísticas, la chica le respondió que ella había ido a universidad pública, y para más datos a la facultad que está en Camino Negro, que vivía en Monte Grande, y que en vez de mandar un *email* a su jefe, que vaya y se lo diga en la cara. ¡Ésas son mujeres! A pesar de tanto mérito, María Julia no puede evitar que Lanata le pregunte si consiguió novio, o que la gaste por los zapatos de plataforma (¡Aunque ella sí que tendría miles de argumentos para cuestionarle la estética a su gran jefe! ¡Aguante, Julia, que las periodistas argentinas te necesitan!).

En el medio, la combinación se da en diversas proporciones. Sus exponentes podrían ser Cristina Pérez, de *Zona de investigación*, Mónica Gutiérrez, de *América Informa* y Marina Calabró, de *Impacto a las 12*. Estas mujeres están un poco más producidas que las movileras: en ellas empieza a cobrar relevancia el modelito (elegancia circunspecta en los dos primeros casos; toques modernos, para el último) y el corte de pelo (planchadísimo, *sauvage* o rulos *Pantene*, respectivamente). Ellas son respetables comentaristas, a quienes los respetables periodistas que secundan previsiblemente habilitan a formular comentarios predecibles. En este lugar del Olimpo catódico corresponde ubicar a la inefable María Laura Santillán, periodista, madre y esposa del Gerente de Noticias del canal del Grupo Clarín, a pesar de que su celeberrimo *Telenoche investiga* no tuvo aire sino hacia el final del año que analizamos (es entendible, porque además de ser una periodista con los puños llenos de verdades, se debe dedicar tiempo a ser esposa y madre). De





[89]

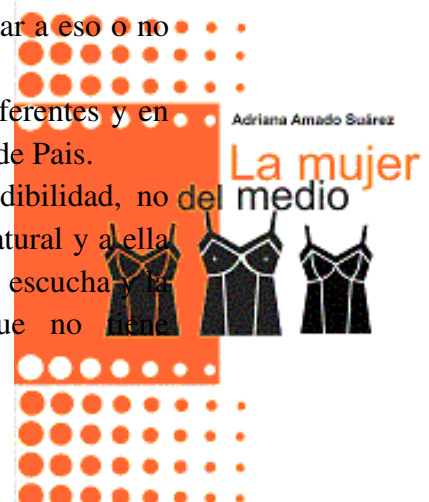
todas maneras, María Laura no dejó de recordarnos, *in absentia*, lo ajetreada que es la vida de la periodista argentina desde el comercial de yogur La Serenísima. Antes de hundir la cuchara en el saludable fermento Pro-bio-dos que publicita, se la ve a mil, corriendo por pasillos interminables rodeada de infinitos asistentes que le alcanzan los papeles, la maquillan, la visten (siempre de rojo, porque le sienta al cutis), la acosan y la apoyan. Porque las mujeres periodistas sin yogur y sin asistentes no son nada.

Hasta acá pareciera que la televisión provoca una especie de trauma parecido al *jet lag* que ataca inexorablemente a los que acumulan horas de pantalla, y que Mónica de Álzaga definía como la fiebre del *glamour*. Sin embargo, Ernestina Pais insiste en que hay una aceptación por parte de las mujeres de las condiciones que pone la televisión.

—Existen personajes en la televisión que todavía dicen ‘Yo soy productor y te puedo hacer famosa’. Pero no es únicamente un mandato masculino: es una responsabilidad nuestra. Que a esta altura no exista una mujer más inteligente y más zarpada tiene que ver con el miedo femenino al ridículo. El día que nos demos cuenta de que no dejás de ser linda ni femenina por reírte de vos misma, cambiará mucho todo lo se refiere al medio. Todavía hoy a una mujer la cámara adelante le implica una cuestión de estética muy fuerte —Pero la periodista insiste en que la complicidad femenina es una de las causas del statu quo—. Yo me enojo mucho con las mujeres por eso. La televisión está manejada por hombres, pero somos nosotras las que colaboramos para que esa estructura de poder tenga un consenso. Hay periodistas muy reconocidas de las que se sospecha que están ahí porque están con tal o cual. Se supone que tal programa se lo dan a ella porque es la mujer del gerente de noticias del canal o porque se curtía a tal otro. Si realmente no diéramos lugar a eso o no creyéramos que eso es así...

Y en este punto, dos mujeres de la televisión de trayectorias diferentes y en apariencia contrapuestas, coinciden. De Álzaga apoya la moción de Pais.

—Cuando una periodista es seria y tiene una trayectoria y credibilidad, no necesita lo externo. Mónica nunca ha cambiado, es una mujer natural y a ella la gente no la critica porque tiene los años que tiene, sino que la escucha y la respeta. Cuando hay alguien que no tiene trayectoria, que no tiene





[90]

carrera, que no hace un pomo, tiene que compensar con un tremendo kilaje de siliconas arriba de una mesa, diciendo un par de pavadas. En esos casos a la gente no le interesa lo que dice: en ese momento esta comprando la imagen. La falta total de ideas también vende.

Caso I: Las periodistas sufren como una madre

“En cada chiste hay un templo” (Pier Paolo Pasolini, cineasta)

Para cerrar, permítaseme contar dos breves cuentos que han entrado en el acervo mediático gracias a innumerables notas que las dos protagonistas han concedido a las revistas más cholulas que supo dar la industria editorial argentina. Ellas dicen ejercer el periodismo, y la televisión las deja. Ya lo dice la vieja y conocida canción, *“There is no business like show business”*, o algo así como que no hay mejor negocio que el del espectáculo. Ni más divertido. Aquí empieza el relato de los mitos.

[...]





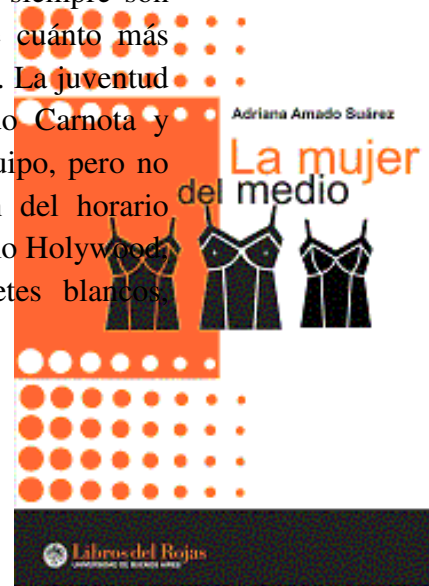
[94]

Caso II: Periodista estrella fugaz

“La inteligencia es una gran ventaja, si la escondes” (*Mae West, actriz*)

Había una vez un gobierno argentino de aburrimiento innecesario y austeridad apática, que decía que la cultura y los medios eran un solo corazón porque “los medios son vehículos de cultura”. En ese entonces, hubo un programa en el que había una mesa en la que estaban medio locos, y una incipiente periodista hacia de portavoz de la cordura, entre el coro del absurdo que ensayaban Mex Urtizberea, Gillespie y el inefable Adolfo Castelo. Por supuesto, las fuentes de la periodista eran de primera agua, porque ella estaba en la agencia estatal de noticias *Telam*, donde la información oficial es más oficial que en ningún otro lado. Cuando el ciclo se extinguía, nació el amor con el funcionario de la cultura, que no fue tan exhibido en las revistas del corazón como hubiera merecido, ni el romance duró tanto lo que hubiera debido durar. El secretario rápidamente encontró otro amor en la pantalla (u otra pantalla de amor). Y de ella no se supo mucho más hasta el 2002, en que los astros le tenían deparado éxito. Pero, ¿y el amor?

El domingo 10 de marzo de 2002, Mariano Grondona volvió a la TV después de un verano políticamente activado con su *Hora Clave*. El programa fue promocionado por la entrevista exclusiva al presidente por un día Adolfo Rodríguez Saá (que después aparecería programa por medio ahí, y en las semanas intermedias, en los programas de los otros). Se prometía también que Grondona, después de tanto tiempo, dejaría de estar solo: lo acompañaría un equipo de jóvenes y pujantes periodistas. Se sabe, los jóvenes siempre son más ídem y pujantes en la televisión, y como tal, saben que cuanto más forcejeen con el entrevistado, más tiempo de pantalla acapararán. La juventud grondonista esta representada por Diego Valenzuela, Fernando Carnota y Gisela Marziotta. Cecilia Absatz también formaba parte del equipo, pero no como joven (*Gisela se ahogó, ¿quién quedó?*). La tentación del horario central es mucha: la joven periodista eligió un estilo *signé* Palermo Hollywood, y por eso no dudó en elegir un modelito negro con ribetes blancos.





[95]

con cuello alzado estilo bruja-mala-de-Blancanieves. Las incomodidades varias que le ocasionó el modelo (después confesaría a una revista que no había previsto lo del escote, y reconoció que fue excesivo), no le impidieron increpar al presidente incomprendido y fugaz. El señor Adolfo hizo honor a su *look* de gardeliano conquistador y se lo vio muy avizor, especialmente en los tres cuartos comprendidos entre la cintura y el cuello de la dama. Pero no fue el único momento de gloria de la noche debut en las grandes ligas de la incipiente periodista. Después de otros personajes de la farándula política, Hora Clave nuevo año-nuevo decorado-nuevo logo, también estrenó nuevo cierre. Grondona, que entró a la pantalla gracias a sus latinazgos y referencias al Código Civil, comprendió que ya no están los tiempos para tales complejidades. Anunció entonces que se daría el gusto de repetir en cámara la ceremonia hogareña de fumarse un habano. Dejó en claro que lo hacía todos los días, pero claro, nunca en cámara y puede fallar.

–*Te sale bien habitualmente...* -lo alienta la chica.

Y el habano se enciende y se abre la rueda de chimentos que, como corresponde, queda a cargo de las huestes femeninas.

–*Dicen las malas lenguas...* –comienza Gisela con un anacronismo que no le hace juego con el cuello del vestido–, *que Cecilia Bolocco estaría viviendo un romance...*

Y ahí nomás habilita la participación de Carlos Menem en todos los programas de la semana que sigue (es más, algunos historiadores se animarán a relacionar este hecho con el lanzamiento oficial de la campaña electoral 2003). Parecería ser, dice, que podría presumirse que los indicios señalarían que el matrimonio Bolocco (37)-Menem (73) estaría separado o en vías de separación. Con la misma precisión periodística agrega la bomba informativa que inauguraría la temporada 2002 de TV: las mismas lenguas malas indicarían que habría un tercero que podría suponerse que sería un cantante setentista y naturista. La falta de cintura chimentera hizo que no pudiera dejar el trascendido en rango de “*misterioso*” (llámase así al chisme que responde al adagio ‘se dice el pecado pero no el pecador’). A pesar de que a esa altura ya todos se imaginaban quién era, no resistió la tentación de agregar “...*conocido como Piero*” (56). Pero como no podemos olvidar que lo





[96]

de ellos es periodismo político, aunque las evidencias se empeñen en desmentirlo, Giselita se apresura a aclarar que lo más sabroso del chisme potencial es que Piero ¡es duhaldista!

Es para Rial que lo mira por TV. Y que recogió el guante al día siguiente cuando convocó a Piero, que salió al aire con su bebé Julián (15 días) en brazos. La venganza definitiva le llegaría a Rial apenas tres meses después, cuando una de sus adláteres confirmó (pero siempre usando el potencial) de fuentes inmejorables que “*la periodista y el doctor*” estarían viviendo “*un tórrido romance*” a espaldas de la “*paquetérrima esposa*”. En días siguientes se agregaron detalles tales como que el doctor se había olvidado los anteojos en el “*nidito de amor*”. Al domingo siguiente el doctor no pudo evitar hacer su descargo público ni los invitados pudieron dejar de sonreír pícaramente ante las intervenciones de la periodista. Claro, Grondona no es Robert Redford en *Algo muy personal*¹⁸. Ni Gisela es Michelle Pfeiffer.

Pantallita: *Hora Clave*, emisión del 9 de junio de 2002.

Descargos del doctor Grondona, mirando a los ojos del espectador:

-- *Esta semana me han difamado reiteradamente. Aprendí que la mentira para ser eficaz, debe ser detallada. Aprendí que no alcanza con una conducta intachable para ser invulnerable.*

Miente, miente que algo quedará...

-- *No estoy dispuesto, nunca, a que se hiera a las personas, no en lo público, sino en lo privado.*

-- *Sentí la necesidad de compartir este dolor que estoy sintiendo... Hoy les he abierto mi corazón.*

Pero, doctor... Tanto leer a Maquiavelo y venir a olvidarse de que no sólo hay que serlo, sino parecerlo. La incomodidad de la gente del piso se transmite junto con ese mensaje de la más rancia estirpe de la Asociación Cristiana de Infieles Arrepentidos. De la periodista, ni una palabra.

—Él es el conductor del programa y manejó su espacio de acuerdo a lo que sentía. No esperaba que él me defendiese— reconoció ella en una nota de revista *Caras*¹⁹ (¿dónde, si no, iba a aparecer?).





[97]

Al día siguiente, a la chica se la vio en otro horario, en otro canal, con otros compañeros.

–Me pareció una buena oportunidad profesional y por eso acepté. Pero no es que rehuya a Grondona, porque sigo trabajando con él en la radio– aclaró a la misma revista Caras, convirtiendo la historia en el sacrificio que demanda un escalón más en su ascendente carrera hacia el Pulitzer. Rial, al día siguiente, no sé privó de pedir explicaciones.

Pantallita: *Intrusos*, América, junio de 2002.

*--Grondona se olvidó de defender a la dama que tenía a su diestra... La pobre Gisela quedó mal parada. --*dijo Rial como para alimentar las llamas antes de tirar a la pantalla una entrevista exclusiva con su ahora colega de canal.

Mandan imágenes de la periodista envuelta en un saquito colorado, también Palermo *style* (Gisela soporta todo, menos parecer “conurbana”).

--Me dañó emocionalmente. Me sentí muy maltratada a nivel profesional [sic]. El maltrato fue inconmensurable [sic]- insiste Gisela refiriéndose–. *La relación terminó bien más allá de lo buena que fue la relación profesional en su momento –*

A la primera declaración: se refiere al tratamiento del caso que hicieron los medios, nunca al trato que le dispensó su antiguo patrón.

A la segunda declaración: el desmanejo de la sintaxis resulta sospechoso para una periodista de tanto vuelo radial y televisivo como el de ella. Pero es sic.

Ella, que declaró para otra nota que “el chequear una información depende del profesionalismo de cada uno; si querés, el tiempo para corroborar, chequear y hacer un trabajo serio, siempre está” (revista *Noticias*, edición 15 de marzo), no pudo soportar la pregunta de “*Intrusos*” que le recordó que, en realidad, había probado un poco de su propia medicina. Con el agravante de que el chisme Bolocco-Piero resultó insostenible, mientras que al parecer había fuentes dispuestas a ratificar el rumor de que la relacionaba con Grondona. Gisela ¿qué pasó? No había muchas salidas para una pregunta tan sagaz:





[98]

- a. Ratificar su información amparándose en la reserva de las fuentes.
- b. Decir “Uy, me acordé que tengo parcial en la facultad” y salir corriendo.
- c. Fruncir la boquita frutillita y poner cara de ‘qué se le va a hacer’.

¿A qué no adivinan? Bien, muy bien: acertaron, la opción elegida fue la c. Lo que tienen las periodistas en ascenso es que son bastante previsibles.

Pantallita: *Intrusos*, América, junio de 2002.

--Tampoco me sentí mal por lo que dije porque, bueno, a mí me lo habían dicho... Probablemente mis fuentes exageraron.-- y así Marziotta concluye la entrevista dando una lección de periodismo cívico.

Viviana Canosa, la periodista del chisme paquetérrimo, mira a cámara desafiante y le contesta:

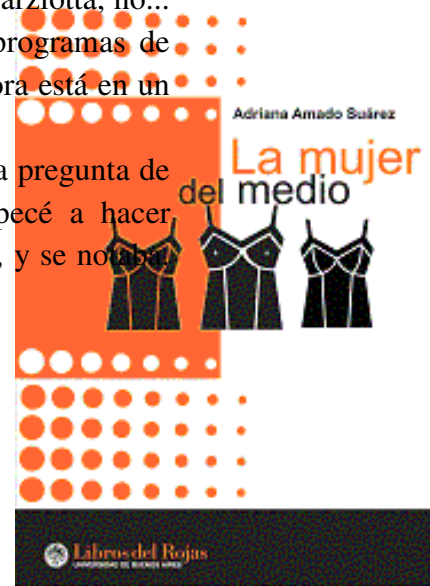
--La información que yo di la tengo absolutamente corroborada-- dice otra que nunca llegará al Pulitzer– *La verdad, Gisela, cuando una quiere aclarar mucho, oscurece*
Segunda lección del día, pero esta vez de camaradería televisiva y de solidaridad de género.

Estas actitudes le depararán enemigos, amigos, amantes, amigantes, pero no demasiado respeto de sus pares, para quienes el caso fue su crimen y su castigo.

–Esa chica no puede jugar ni en la división “D” de los chimenteros– descalificó el chimentado Piero.

–Marziotta no existe, Marziotta no existe...– Any Ventura repite–. Vos le preguntás a alguien de la calle quién es Marziotta, y no lo sabe. Eso es interno, creemos que la gente sabe todo, y la gente no sabe. En cambio le preguntás quién es Pinky y sí sabe, quién es Inés Pertiné, sabe. Quién es Marziotta, no... No hay que darle pie gente que no existe. Estuvo en cuatro programas de Grondona, en un programa que fue un fracaso al mediodía y ahora está en un panel.

–Que se deje crecer el pelo, entonces –dice Nancy Pazos ante la pregunta de si Marziotta es su continuadora²⁰–. En mi caso, cuando empecé a hacer periodismo televisivo, venía de diez años de periodismo gráfico, y se notaba. A esta chica se le notan los huecos de formación.





[99]

En fin, todo hace pensar que estaríamos frente a otro caso más de profecía autocumplida, donde se convoca a mujeres que se equivocan y, de paso, se confirma que no están en condiciones de ocupar el lugar que se les concede... Según como se miré, semejante trayectoria puede ser mucho para los sueños mediáticos de cualquier chiquilina, pero en la vida real, el éxito es otra cosa.

La misma nota de la revista *Noticias* le dedicó al *affaire* de *habano-infidelidad-elijo mi familia* (cualquier coincidencia con Clinton y la realidad no es nuestra responsabilidad) cerraba de manera impecable: “El futuro de la periodista tiene dos escenarios. Escenario 1: Marziotta tiene una promisoriosa carrera por delante. Escenario 2: Marziotta tiene una promisoriosa carrera por delante.”





Notas del capítulo 3

¹ La revista de ADEPA (Asociación de entidades periodísticas de la Argentina) encargó una investigación especial sobre el tema de la participación femenina en el periodismo, que salió publicada en la edición de marzo de 2001. De esa fuente se tomaron también las cifras que se consignan en este capítulo.

² Los miembros de Periodistas son Ana Barón, Santo Biasatti, Atilio Cadorín (Fallecido), Nelson Castro, Ariel Delgado, Rosendo M. Fraga, Carlos Gabetta, Rogelio García Lupo, Isidoro Gilbert, Andrew Graham Yooll, Mariano Grondona, Roberto Guareschi, Mónica Gutierrez, Ricardo Kirschbaum, Jorge Lanata, José Ignacio López, Fanny Mandelbaum, Tomás Eloy Martínez, Joaquín Morales Solá, María Moreno, Silvia Naishtat, James Neilson, Teresa Pacitti, Magdalena Ruiz Guiñazú, Hermenegildo Sábat, Fernán Julio Saguier, Claudia Selser, María Seoane, Oscar Serrat, Osvaldo Soriano (Fallecido), Ernesto Tiffenberg, Jacobo Timerman (Fallecido), Horacio Verbitsky. [Datos obtenidos en la página de la Asociación, disponible en www.asociacionperiodistas.org, c. abril de 2003].

³ Carlos Ulanovsky dedica el capítulo “El diario de las mujeres” de su libro *Paren las rotativas* a analizar la participación femenina en los medios gráficos.

⁴ Encuesta permanente de hogares de 1997, en INDEC, *Situación de las mujeres en la Argentina*, Serie Análisis Social N° 1, Buenos Aires, 2000, pág.131.

⁵ Albertina Piterbarg, “El toque femenino”, Revista *Viva*, 30 de marzo de 2003.

⁶ Los “mediáticos” fueron personajes que aparecieron profusamente en los programas de espectáculos y los magazines de la tarde. La mayoría de ellos no tenían ningún antecedente en la televisión y su mayor mérito había sido participar en algún escándalo que concitó unos minutos de atención pública (por ejemplo, el caso de acusación de tenencia de droga que involucró a Guillermo Coppola -representante del futbolista Maradona-, el divorcio del locutor Velazco Ferrero, un video subido de tono que involucraba a una participante del *reality show* “Gran Hermano”, por mencionar algunos). Algunos nombres aparecieron en capítulos anteriores, y los que no aparecieron, no merecen ser mencionados).

⁷ María Moreno, “Figuritas repetidas”, diario *Página/12*, Suplemento *Las/12*, 16 de agosto de 2002.

⁸ Sirvén Pablo, “La era del bla bla bla”, Revista *Noticias*, edición N° 1332, 6 de julio de 2002.

⁹ Entrevistada para esta investigación en 2003.

¹⁰ Sonia Santoro: “Las que deciden”, suplemento *Las/12*, diario *Página/12*, edición del 8 de noviembre de 2002.

¹¹ Entrevista a Liliana López Foresi, de Sonia Santoro: “Una mina fuerte”, suplemento *Las/12*, diario *Página/12*, edición del 26 de Abril de 2002.





¹² Entrevistada para esta investigación en 2003.

¹³ Entrevistada para esta investigación en 2002.

¹⁴ Ernestina Pais es periodista y empresaria. Dirige la versión argentina de la revista de cultura joven *Los Inrockuptibles*. Durante el 2002 y hasta la fecha de cierre de este libro, conduce con el periodista Daniel Tognetti el programa de radio *Riesgo país*, en la radio FM Rock & Pop. Fue notera de varios programas en la televisión y durante el 2002 fue la pata periodística del equipo del programa *Una para todas*, emitido por Telefé. Dio una entrevista para este libro en septiembre de 2002.

¹⁵ Entrevistado para esta investigación en 2003.

¹⁶ Investigación de Gloria Bonder, citada en el artículo de ADEPA. También citada por Carolina Aguilar Ayerra “Participación y acceso de la mujer a los medios y a las tecnologías de la información y la comunicación y su impacto y uso como instrumento para el desarrollo y enriquecimiento de la mujer”, *Commission on the Status of Women*, 47^o sesión, Nueva York, 14 de mayo de 2003, [disponible en <http://www.un.org>, c. marzo 2003]

¹⁷ Hierro Gustavo: “Jamás haría lobby para ganar premios”, Revista *Noticias*, edición N° 1338, del 17 de agosto 2002.

¹⁸ Jon Avnet, *Up Close & Personal*, 1996. Largometraje con Robert Redford, Michelle Pfeiffer y Stockard Channing.

¹⁹ Guillot, María Fernanda. “Absolutamente maltratada por una mentira”, Revista *Caras*, edición N° 1067 del 18 de junio de 2002.

²⁰ Bazán, Osvaldo, “Titanes en el ring”, Revista *Noticias*, edición 1316, 15 de marzo de 2002.

