

## 25 años de Sábados Gigantes

JUAN ANDRES PIÑA

Aunque la palabra "fenómeno" se ha repetido majaderamente en los últimos años para calificar el programa televisivo **Sábados Gigantes** y a su animador "Don Francisco", ella no ha perdido vigor. Porque se trata, en realidad, de algo extraño y singular, incluso a nivel latinoamericano. Este año **Sábados Gigantes** cumplió 25 años de vida. Ha pasado inmovible la barrera de cuatro gobiernos; ha hecho tradicional la tarde del sábado en la televisión chilena; se ha impuesto como el programa de mayor sintonía y el más popular de Chile, y su animador tiene una poderosa influencia en el medio: impuso su estilo, se convirtió en líder de opinión y moviliza periódicamente al país a través de campañas sociales, donde la más importante es la Teletón.

¿Que posee **Sábados Gigantes** y "don Francisco" para provocar este insólito suceso de comunicación? Desde el punto de vista formal, sin duda que el programa y su animador se identifican, y el primero no existiría sin el segundo. Mario Kreutzberger destaca por su versatilidad como actor, cantante, imitador, entrevistador y humorista. Es rápido, agresivo cuando lo necesita, hiperkinético, gritón, creativo, sentimental, generoso, bromista y con la necesaria dosis de grosería para acceder al gran público. El programa es también una mezcla de **show**, concursos,

musicales, entrevistas y reportajes. Un cajón de sastre donde todo cabe y cuya secuencia dramática es ágil, a saltos, sorpresiva. La seguidilla de espectáculos incesan-

tes mantienen todo el tiempo la atención, convirtiéndose en un efectivo pasatiempo.

Pero espectáculos como este existen en muchas partes sin que necesariamente se hayan convertido en este fenómeno de adhesión popular, en esa identificación nacional que traspasa el tiempo y las clases sociales. Ante todo, ello se explica porque el programa se apodera de lo popular, lo hace suyo, y transmite los valores y las creencias generalizadas (el amor filial, el





respeto a la religión, la ayuda al más necesitado, el encanto por lo exótico), que hábilmente se han sabido detectar. Hay, según Juan Carlos Altamirano en un reciente ensayo sobre el tema (1), una homogeneización de la cultura popular, que transforma a **Sábados Gigantes** en un espacio de mediación y consenso, lo que "hace posible la unificación social y la masificación de sus discursos". Es decir, se incluye la heterogeneidad de elementos ideológicos y culturales que permiten su acep-

tación por una amplia capa de espectadores.

Por lo mismo, la identidad no se produce con aquello que podría resultar conflictivo (clases sociales, diferencias políticas, intereses económicos), sino con el consenso. Se evita así toda referencia a la realidad más honda de un país, y los problemas en pantalla son presentados como casos aislados. La pobreza, la injusticia o la enfermedad aparecen aquí en forma individual, sin buscar los motivos sociales, políticos o económicos que las provocan. Ello implica, también, una simplificación de la realidad y una negación de lo más complejo. Igualmente su popularidad se relaciona con la posibilidad del espectador de soñar, de acceder a una satisfacción vicaria de sus propios anhelos y frustraciones: viajar, tener trabajo, ganar en concursos, sanar. Esa ilusión que lo libera de la rutina cotidiana o del dolor habitual es el placer y la recompensa del programa.

Aun cuando **Sábados Gigantes** presenta aspectos polémicos y de evidentes contravalores (ocultamiento del país real, desprecio por la cultura más prestigiada, exaltación de la chabacanería, exacerbación

de lo comercial), su apreciación debería ubicarse en lo que es: un programa magazinesco de televisión. No es un gobierno, ni un grupo económico, ni un medio de comunicación en sí. Pero, aunque se aceptara esta premisa, se sabe que ella no es real y allí reside la gravitación del programa y su animador. En efecto, su influencia es absoluta y no se trata sólo de algunas horas a la semana que el público le dedica, sino de todo un estilo que se ha impuesto, de una modalidad nacional. Nuestra televisión es casi puramente de ese formato, sin alternativas para comparar o escoger. Una especie de **sábadogigantismo** la domina. El reflejo de lo popular es casi únicamente el que en el programa aparece. Prácticamente no hay otro modo en lo informativo, lo social o lo político que escape a esta manera escamoteadora y puramente entretenida de mirar la realidad. Incluso ese desprecio por la cultura más compleja, por la intelectualidad o la creación más profunda, es el síndrome generalizado de nuestra televisión. Cualquier crítica o valoración de **Sábados Gigantes** y "don Francisco" debería necesariamente ubicarse en la televisión y el país que los produce. El problema no está en ellos, sino por qué han llegado a tener la influencia que poseen, capaz de movilizar a millones de personas y de modelarlas.

El gran desafío de la televisión del mañana, dice Altamirano en su libro, es si será posible crear otras alternativas tan entretenidas y tan populares, pero más iluminadoras, cultas e inteligentes. Difícil desafío. **m**



(1) Juan Carlos Altamirano, *Así, así, se mueve "don Francisco"*. Estudios Ilet, Santiago, 1987, 215 pp.