

Sobre "La Liga: unite" REFUGIO PARA MARGINADOS

Juan Mannarino

Facultad de Periodismo de La Plata

juam_manuelm@hotmail.com

Bajo la producción de Cuatro Cabezas y desde Canal 13 (los lunes a las 23hs.), "La Liga" se autoreferencia como un programa periodístico de investigación que, al amparo de un lenguaje de la "indignación" y lo "residual", corre tras la búsqueda del más puro y elocuente verismo. La receta, tomada de "Ser Urbano" y "Kaos", encierra una culpa: es la del periodista heroico, protagonista absoluto de los hechos, que necesita hacerse cargo de las miserias nacionales brindando protección y espacio a las "víctimas" del modelo.

"¿Por qué nadie dedica a la TV, la prensa escrita o cualquiera de las innumerables y dinámicas falanges que componen el ejército de las comunicación de masas ni siquiera el 10 por ciento del escepticismo, la suspicacia, la voluntad demonizadora y el furor que "la sociedad" dedica todos los días a defenestrar de plano al parlamento, a las multas fotográficas, a los inspectores coimeros o a Omar Chabán?" Alan Pauls

LA CAJA BOBA NOS DOMINA Y ALIENA

Desde su expansión mundial a partir de la década del '50, la televisión ganó, con el correr de las décadas, el centro de los estudios culturales y de las indagaciones intelectuales. Bajo el faro de la Escuela de Frankfurt y la moda del término "industrias culturales" llovieron las más diversas interpretaciones sobre el objeto que venía a rivalizar la escena cinematográfica, revolucionar la agenda mediática, trastocar las rutinas y los tiempos de ocio, y poner un manto de dudas sobre la pedagogía audiovisual. Por ello el término despectivo de "Caja Boba": concepto que también escondía el pavor intelectual de la pérdida del campo de la lectura y con ello la propia legitimación de sus capitales culturales. Gracias a la evolución de las redes internacionales, la televisión se extendió

como todo descubrimiento tecnológico de consumo capitalista: desde el Primer Mundo hacia la periferia hasta que, legitimado el producto al nivel de status diferenciador personal, familiar, y de clase, las capas populares tuvieron un acceso menos restringido (lo mismo pasó con el teléfono y pasa con Internet). De ese modo, se multiplicaron los millones (de dólares y de público) detrás de la pantalla al mismo tiempo que, casi a pedido de los grandes estrategas fascistas, no escatimó la lógica: se convirtió en el mecanismo privilegiado de propaganda política, comercial, ideológica y cultural. Ser o no ser parte de la TV: ésa era (y es) la cuestión. Poder y TV. En ese marco, pensar la televisión parecía una utopía: el objeto estaba tan asimilado a una visión apocalíptica y como instrumento de las clases dominantes que recién en los ´80 avanzó el abandono de la crítica a la TV como parte de la manipulación mediática por un grupo de teorías denominadas "de la recepción". Sin embargo, en la línea de Pierre Bourdieu, el campo de la crítica televisiva siguió sin poder desprenderse de preocupaciones pedagógicas y sociológicas, establecido como lugar común el estudio de sus consecuencias receptoras. Algunos de los retazos intelectuales en cuestión (potenciados en los últimos años debido a la carga del cable y del crecimiento de la audiencia) fueron los siguientes:

Dominique Wolton (teórico de la comunicación) asegura que hay una oferta de programas y también una libertad crítica del espectador. "El espectador sabe muy bien cuando lo que está mirando es malo, pero está cansado, está triste. Evidentemente hay que mejorar la calidad de la programación, pero mientras eso no se haga la gente seguirá mirando un poco de todo".

Jesús Martín Barbero (teórico de la comunicación): "La TV es el dispositivo más sofisticado para moldear y deformar los gustos populares. Es una de las mediaciones históricas más expresivas del mundo cultural popular".

Beatriz Sarlo (ensayista): "Hoy, el sentido común teje con ideas que, literalmente, caen del cielo. La televisión es una de las filosofías del sentido común contemporáneo. El gran sacerdote electrónico habla frente a su pueblo y ambos, sacerdote y pueblo, se influyen: la televisión escucha los

deseos de su público y responde a ellos; el público descubre que sus deseos son bastante parecidos a los que propone la televisión”.

Pierre Bourdieu (sociólogo): “La TV es ambivalente: es un instrumento que nos permite hablar pero a su vez nos conduce al silencio (...) en lugar de ser instrumento de la TV deberíamos convertirla en instrumento de comprensión, a fin de que estuviera al servicio de lo que se quiera decir”. “El campo de la TV alteró con sus propias reglas la dinámica del campo intelectual. Entonces, ¿puede un intelectual transmitir sus conceptos, que requieren tiempo y elaboración, en un medio que trabaja con la urgencia?”.

Umberto Eco (epistemólogo): “La TV puede volver inteligente a los brutos, pero embrutece a los inteligentes”.

Norma Morandini (periodista): “¿Por qué frente a la TV las reacciones son ambiguas: por un lado se le otorga gran importancia y por el otro se la demoniza? ¿En qué radica su fascinación?”

Louis Althusser (teórico marxista): La Iglesia, la Escuela, la TV como reproductores de ideas y valores (aparatos ideológicos del Estado) del sistema capitalista.

Theodor Adorno (teórico de la Escuela de Frankfurt): La TV como “cinematógrafo doméstico” (un engranaje más de la industria de la cultura).

Silvia Schwarzbock (columnista cinematográfica): “La TV no tiene nada que pueda medirse con la vara de la estética, porque no establece un límite entre ella y la vida cotidiana. La TV, en última instancia, es la vida cotidiana propia de la sociedad de masas convertida en espectáculo de masas. Lo que la TV capta de la vida cotidiana, al mismo tiempo que lo convierte en espectáculo, es precisamente esa falta de dimensión humana que tiene cualquier acontecimiento en el momento mismo en que sucede, es decir, cuando todavía es instantáneo y no ha sufrido las censuras y alteraciones propias de una narración”.

Millor Fernández (escritor brasileño): “Para no ver la realidad,

el avestruz hunde la cabeza en el televisor”.

Ryszard Kapuscinski (periodista polaco): “La TV utiliza la confusión, generalmente inconsciente, entre ver y saber, entre ver y comprender, para manipular a la gente. El blanco de todo es siempre el mismo: el ciudadano medio”.

Giovanni Sartori (teórico italiano): “La cuestión es ésta: la TV invierte la evolución de lo sensible en inteligible y lo convierte en un regreso al puro y simple acto de ver. La TV produce imágenes y anula conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de entender”. “A la TV le encanta dar la palabra a la gente de la calle o similares. El resultado es que se presenta como verdadero lo que con frecuencia no es verdad. Las opiniones más facciosas y necias adquieren la densidad de una corriente de pensamiento. Poco a poco la TV crea la convicción de que cualquiera que tenga algo que decir, o algo por lo quejarse, tiene derecho a ser escuchado”.

Un cúmulo de definiciones que, en síntesis, objetan a la televisión desde sus alcances y limitaciones, dado que en el plano periodístico no es ningún hallazgo analizar sus deudas: todos los autores están de acuerdo en que la TV simplifica, no complejiza, exagera, espectaculariza, distrae, necesita conmover, construye escenarios de pánico colectivos, esquiva la discusión, duda poco, impone modas y charlas, jerarquiza la realidad. Más allá de la rigurosidad argumental de estos conceptos, sería un error mayúsculo sobrecargar todo el peso de la crítica mediática en la TV. Tanto como práctica intelectual como ejercicio cotidiano: no cometer el suicidio del “exceso” crítico sin ánimo de desprestigiar el espacio televisivo por sí solo como defenestrarlo y compararlo inútilmente con otras instancias. Si en este sentido el programa *La Liga* posiblemente sea un modelo de programa a seguir por los manuales progresistas de periodismo televisivo, aun sin discutir sus aciertos y errores, quizás convenga tomar lo que señala Alan Pauls tan sólo como disparador. Y apuntar... ideas, dudas, percepciones.

EL OJO EN QUIENES LA “LIGAN”

1-. Dos notas del diario *Clarín* sobre “La Liga”. Una: “Lo

meritorio del informe no sólo fueron las múltiples fuentes y la entretenida edición. También las ficcionalizaciones y los chistes de **Malnatti** aportaron a la causa” (Hernán Conte, “Tras el sueño dorado: **Malnatti** salió a comprar minas por la Patagonia”). Otra: “La Liga ha ido un paso más allá. Una productora del ciclo “protagonizó” una “nueva” investigación sobre el tema de la prostitución y vivió la difícil experiencia de ser trabajadora sexual por una noche. La comprendemos, **hizo lo que faltaba**. Ya tuvimos suficientes informes tradicionales, caravanas por la zona roja, secretos de clientes y anécdotas de travestis. Siguiendo los consejos de una profesional, la periodista debía ponerse en la piel de una prostituta con un claro objetivo en mente: **innovar**” (Lorena Bassani, “¿Quieres ser prostituta por un día? Ama de casa, la tele te enseña un viejo y rentable oficio”).

2-. El 11 de abril de este año, el holding de empresas *Cuatro Cabezas* anunció con bombos y platillos a su nuevo hijo televisivo bajo la idea fija de renovar la estética del llamado “periodismo de investigación” en formato audiovisual. Desde el inicio, “La Liga” se formó híbridamente, sin un plantel “puro” de periodistas ni nada por el estilo; con el tiempo, la pretensión sería situarse entre dos extremos periodísticos: el del denominado “amarillo” (que tiene como modelo a los noticieros pero en especial al canal *Crónica TV*) por un lado, y el llamado “serio” (el de *Telenoche Investiga*, por ejemplo), por otro. El cóctel llamó la atención: Daniel Malnatti, abogado y notero estrella de *Caiga quien Caiga*, María Julia Oliván, periodista “callejera” de Lanata, y Diego Alonso, actor “marginal”, conocido tras el éxito de la serie televisiva *Okupas*. Y así comenzó. La publicidad: “Malnatti, Oliván y Alonso forman la liga, para vivir la realidad bien desde adentro”. Cuatro cabezas *dixit*: “El programa tuvo un exitoso debut con 16 puntos de rating y un share promedio de 30%. En La Liga, un equipo de periodistas aborda diferentes temas sociales, con una novedosa forma de contar que incluye el humor, la ironía, lo testimonial y lo dramático”. El dato: el título del programa se acompañó de un sutil agregado: “Unite”. Toda una sugerencia: no sólo como idea de un “programa- comunidad” sino también bajo un apelativo partidario en el que Malnatti, Oliván y Alonso vendrían a ser algo así como la vanguardia militante de la

honestidad periodística. Ah... según el rating de junio, *La Liga* fue el programa periodístico más visto, con 14.7 puntos, siendo uno de los ciclos de mayor éxito de Canal 13.

3-. *La Liga* no nació de un repollo infecundo. Se le nota el peso de diseño de *Caiga quien Caiga* y las influencias de formato de *Ser Urbano* y *Kaos*. El primero, conducido por el actor Gastón Pauls, y el segundo, por el tristemente célebre Juan Castro, coincidían en lo esencial: una búsqueda “profunda” de historias de vida, en la calle misma, y llevando las cámaras hacia las propias miserias de los seres marginales, como si se tratase del cine neorrealista italiano. Un “apunte, dispáren y fuego” en el formato más crudo: personas narrando sus hambres, sus desesperaciones, sus condiciones de marginalidad, sus desbordes emocionales. Todo narrado en vivo y en directo y ofrecido como un menú de denuncia social. Quizás ambos programas debían su legado al mayor exponente de periodismo social televisivo: el polo Fabián Polosecki. Antes de la aparición masiva y polémica de las cámaras ocultas made in *Telenoche Investiga*, Polosecki había definido entre las sombras uno de los estilos más personales y austeros en la historia de los periodistas “cazadores de vidas”. Bajo un tratamiento literario y de máximo respeto a cada historia narrada, su programa, *El Otro Lado*, representó una vuelta de tuerca al formato documental periodístico desde las mismas entrañas de un Canal 7 viciado por la corrupción menemista. Polosecki se definía como un guionista de historietas absurdas sobre historias verdaderas. Un oficio que terminó con su vida: después de haber oído tantas historias, fue incapaz de soportar el peso de la otredad. Años después, en circunstancias distintas, Castro copió la idea.

Dijo Polosecki: “En los últimos meses había oído demasiado. Y había visto cosas que habría preferido no ver. Podía tachar todo lo que había escrito. Pero no podía borrarlos a ellos en mí”. En la actualidad, el programa *Historias Prestadas*, conducido por Leo Álvarez, se reconoce como una continuación de ese estilo bajo pautas similares: un enfoque sociológico, largo espacio a los entrevistados, formato documental, una cuidada contextualización de la noticia, el periodista presente en los hechos y emitiendo juicios bajo un relato en off.

4-. *La Liga* tomó el esquema de *Kaos y Ser Urbano*: cerca de tres bloques donde se pasa de la crónica de un partido de fútbol a los métodos de subsistencia de los vagabundos. Como partes de un mismo documental. Sin pausas y con la velocidad de los planos de MTV. Porque *La Liga* nos toma como testigos protagonistas de su necesidad de denunciar a las situaciones más desesperantes y duras del país. Ningún pelo en la lengua, nada de medias tintas: se nos anuncia que *La Liga* va a ir a fondo en la investigación de cada historia. Y para ello no hay tiempo que perder: todo debe ir rápido, emoción tras emoción, ya que caemos en la cuenta que en una nación con más de la mitad de la población bajo la línea de la pobreza, los problemas para documentar sobran. A *La Liga* no le alcanza con una hora de programa. Poner el ojo en quienes la ligan: ése es su objetivo, anunciado desde el comienzo por la voz protagonista de Daniel Malnatti. Luego, en una estética de tres dimensiones, se pasa la pelota a Oliván y Alonso: cada uno mira a la cámara con seriedad y anticipa los temas del día. Secuencias veloces, enganches audaces y palabras rimbombantes.

La Liga apela al "nosotros" y a una idea de objetividad: "te mostramos los problemas con diferentes miradas". Credibilidad y novedad en el tratamiento de los temas es su ardid estilístico. Una mirada que no se contenta con impresionar desde la construcción de las sensaciones sino que busca la identificación con "la gente", se presenta como portavoz de "la sociedad" y se pone en el lugar de "los argentinos más sufridos". *La Liga* construye un discurso de autenticidad y una frontalidad sin matices: así es que "mete" a sus cronistas en la calle y les encarga una tarea heroica. Tras la búsqueda de una representación cien por cien realista. Ya no basta con entrevistar, relevar un informe y presentar los hechos ante las audiencias: Malnatti, Alonso y Oliván necesitan actuar mientras hacen de periodistas. Hablan con perplejidad a las cámaras (es decir, a los teleespectadores) ante la discriminación de un extranjero ilegal, sufren frío igual que sus entrevistados, cuentan las monedas de los pibes de la calle para poder comprar una comida, se visten de prostitutas. Actúan. Se erigen como periodistas heroicos: protagonizan cada escena como si fuese la última y se solidarizan "desde el corazón" y el

más primitivo humanismo con los marginados. Los que son explotados laboralmente, segregados espacialmente, tirados y abandonados en las calles, discriminados racialmente, maltratados sexualmente. Las víctimas del modelo capitalista. Pero justamente allí radica la originalidad de la propuesta: en alentar a cada una de las personas a sobrellevar su difícil situación y no sólo eso, sino entretener con las peripecias y las tropelías de sus periodistas. Porque además de heroicos (en el sentido de llevar a cabo experiencias extraordinarias) Malnatti, Oliván y Alonso son absurdos y patéticos, ya que ninguna de sus características personales los ubica en igual proporción de condiciones que sus entrevistados. De ahí que cada uno haga bromas acerca de la tarea del otro y hasta se burle de sí mismo. Eso es interesante: marca los contrapuntos y debilidades de las subjetividades en el terreno de los "otros", que no dejan de ser personas que por un momento sirven para una nota y al otro día siguen viviendo en la ruina.

José Pablo Feinmann sostiene que la TV está hecha por emisores basura para receptores basura [1] . Feinmann no realiza distinciones: pone a todos en la misma bolsa (lo cual es una constante en las reflexiones de la mayoría de los autores mencionados anteriormente). Dice: "Detrás de una pretendida autenticidad popular se encubre el más tosco de los primitivismos, la falta de elaboración, la falta de ingenio. Sólo se limitan a reproducir con un realismo extremo los aspectos más ásperos.... Porque es más fácil copiar la basura, copiar el lumpenaje, la marginalidad extrema que expresarla en un contexto que la respeta. El realismo basura no respeta lo que exhibe. Lo exhibe tal como dice que es. Porque lo dañino que hacen los medios es una organización cloacal de la realidad. La basura es fácil y vende. Así, se acostumbra al receptor a pedir cada vez más basura".

Esto merece una reflexión. Interrogantes: ¿vale efectuar diferencias entre los diversos programas de televisión a la hora de analizar generalidades? ¿Bajo qué recursos se puede hacer una crítica a un medio que quizás no pretenda más de lo que se le pide? En este sentido, ¿por qué exigirle a *La Liga* otra estética y otra mirada política sin cuestionar primero su propuesta?

En primer lugar, *La Liga* hace ostentación de sí misma. Todo el tiempo: en las propagandas, en el diario, por Internet, cuando desgrana los temas que analiza. Hay una idea de una revolución estética y estilística que se acompaña de cierta retórica moralista y de autoridad: “vamos a mostrarte realidades diferentes”, “descubrimos en La Liga que...”, “tenemos el derecho a vivir en un mundo mejor”. Malnatti oficia de voz en off en todos los relatos. No hay espacio ni lugar para una reflexión propia: el impacto audiovisual tiene que ser completo. Hasta se traduce a los que “hablan mal”.

El programa irrumpe con los adelantos de los informes: madres presas, la explotación laboral de los tareferos, el mundo de los fanáticos (motoqueros, stones), la fe, cómo se prepara un barrio para un clásico de fútbol, las sexualidades castigadas, la discriminación de los obesos... Nada de verosimilitud: la búsqueda del verismo más crudo y espectacular. Escenificación del drama: cuando se musicalizan escenas que se preparan como “tristes”, primeros planos de lágrimas, el periodista tomando de la mano al desgraciado/a y hablando a la cámara de lo duro que es vivir en tales y cuales condiciones. Se cristaliza un recorrido: desde las historias de vida desgraciadas hacia la sociedad como víctima. Lo cual lleva a un callejón sin salida. Es sabido que el victimismo a gran escala fortalece la ideología derechista: la certeza de que ya todo se ha escrito en los muros del destino. Famosas las frases de “no hay otro camino” de Thatcher y “pobres hubo siempre” de nuestro Carlos. En pocas palabras: se interioriza en cada uno de nosotros el fatalismo que juzga inevitable la desigualdad social. La sobrecarga de la denuncia augura esta posibilidad. Caso por caso, de forma individual, *La Liga* reconoce las desigualdades sociales y busca diferenciarse de la estética de los noticieros y los programas de análisis político majulianos o grondonianos. El supuesto que subyace es el siguiente: en el marco de una TV trivial y banalizada, *La Liga* no elude los verdaderos problemas del mundo y los encara de lleno.

ESTÉTICA POSTMENEMISTA Y LA NECESIDAD DE “HACERSE CARGO”

La Liga persigue una misión: “concientizar” mediante el

subrayado de la emocionalidad. Cuestión que trae aparejada una dosis de manual sobre "buena intención" periodística a modo de instrucción pedagógica. Un registro virulento y "en vivo y en directo" (edición mediante) de lo literal: se seleccionan los temas, se les realiza un enfoque y se proyecta un punto de vista. Propio de la profesión periodística, más allá de la especificidad de cada género: el recorte subjetivo de la objetividad. En este caso, *La Liga* se arroga de su función mediática y nos trata de involucrar al espectador. Se crea un clima en donde es imposible la neutralidad del televidente. O se está del lado de los ganadores o de los perdedores. *La Liga* simpatiza y se pone del lado de estos últimos; el periodista heroico (Malnatti, Oliván, Alonso), que se juega la vida por la gente, opera dentro la lógica de una prensa justiciera y correctiva: la empatía está con el sujeto humilde, discriminado, marginal, pobre, vilipendiado. Un canon que tiende a la demagogia y al lugar común de lo políticamente correcto y que se contrapone con la cara de los enemigos: los sujetos ambiciosos, ricos, capitalistas, políticos, no solidarios. ¿Constituye un descubrimiento considerar a un pibe de la calle como una víctima del sistema?

Como ejemplo de ello, un lunes de junio se proyectó un programa monotemático. Bajo la esfera de la denuncia de la discriminación, desfilaron diversas historias de vida: una chiquita en silla de ruedas, un jinete polista ciego, una persona obesa. Cada uno contaba la opresión de su medio y explicaba las injusticias con bronca e indignación (es interesante el reconocimiento periodístico de que también pueden existir marginados dentro de las clases altas). Rápidamente, con audacia y versatilidad, *La Liga* efectuó un ejemplo a modo de explicación: colocó en la calle a una chica pulposa, para convocar gente ante la pinchadura de una goma de su auto. La moraleja fue que, mientras que a ella se le acercaron miles de hombres, a una chica obesa sólo la miraban desde la distancia para enseñarle el desprecio de sus ojos. Mientras, Malnatti hablaba en off sobre la discriminación social. Luego, sin ningún tipo de pausas, se pasó al caso de la chiquita. Oliván se mostraba seria, indignada, enfurecida, preocupada. El efecto no era otro que el de esperar las lágrimas del espectador. Luego Malnatti ofreció una cátedra de furia contra las autoridades y

minutos más tarde Alonso fue a visitar a la directora del colegio para pedir explicaciones por las discriminaciones físicas. Tiempo después, Oliván procedía de la misma forma ante las autoridades militares por el despido de un conscripto con sida. La escena era novelística: la periodista les señalaba las obligaciones institucionales al milico mientras le agarraba la mano al hombre. Una prueba del deseo de revancha: ponerse por encima de las autoridades y generar en éstos un rechazo, debido a la edificación de un tipo de periodista entrometido, irrespetuoso, valiente. Un combo que funciona siempre y cuando el televidente se sienta orgulloso por esa representación.

Cabe destacar que *La Liga* no se contenta con alentar a “las víctimas” e interpelar a “los victimarios” sino que propone alternativas (como la compra de una silla de ruedas para la escuela). Porque si bien se efectúa un tono desesperanzador y pesimista sobre la vida cotidiana se piensa una responsabilidad desde la práctica concreta con tintes solidarios. ¿El medio es el mensaje? ¿O el mensaje es el medio?

Otro ejemplo: una ronda de preguntas en el centro porteño sobre los conocimientos del SIDA. Después de los resultados, Malnatti (que tiene una tarea similar en *Caiga quien Caiga*) ponía en consideración la ignorancia social. Como si el programa no hubiese esperado la pobreza informativa, se repitió el esquema: planos rápidos, información veloz, ausencia de contexto, arrogancia periodística, ninguna necesidad de autocrítica. Y en ello *La Liga* no escapa al maniqueísmo de los noticieros: divide permanentemente entre buenos y malos, pobres y ricos, cultos e ignorantes, poderosos y débiles. Lo que se propone es teatralizar la profesión y que se sienta y se protagonice en exceso la denuncia de los hechos, bajo la utilización de un lenguaje coloquial y de identificación con el otro. *La Liga* le teme al sensacionalismo aunque pretende el impacto emocional para dar la sensación del “no puede ser”. El periodista, que ya no arma la noticia en la redacción sino que interviene en la cotidianidad junto a una cámara, se mimetiza con “las víctimas” para protegerlos de las fieras del poder. La antítesis del movilero: el periodista de *La Liga* pregunta, analiza, opina, alienta e interviene desde una concepción de

ética profesional. Se enoja cuando debe enojarse, hace una broma en momentos más distendidos e ironiza cuando intenta ser sutil. Recurso grotesco: la excesiva personalización de los periodistas devuelve una imagen muchas veces patética y ridícula cuando intentan convertirse ellos mismos en noticia.

Desde los casos de la nena hambreada de Tucumán y de la gente que comía gatos en Rosario, la estética televisiva post-menemismo puso en primer plano una necesidad de “hacerse cargo” de los problemas socioeconómicos del país. Para ello se inventó una responsabilidad aunque no era otra cosa que expresar la podredumbre que ya no estaba a miles de kilómetros sino a unos pasos. Una sutil forma de redimir culpas por actitudes del pasado. Con ánimo tipificador, “emergieron” entonces los “cartoneros”, los “piqueteros”, los “hambrientos”. Como si no hubieran existido antes. Porque la TV nos dice cómo sentir y pensar y siempre va a estar más abierta a las variantes del realismo que a las posibilidades del absurdo. Sin reflexiones en el medio. A su antojo. Si hay algo que la TV no puede tolerar es que exista una escisión tajante entre ella y la sociedad. Por eso es que no resulta sorprendente aunque sí preocupante enterarse de la gente que “descubrió” la pobreza y “se hizo solidaria” a partir de la nena tucumana. ¿Acaso no se está aturdiendo e inmovilizando al televidente con permanentes shocks emocionales desde los oportunistas tours mediáticos de la pobreza? Más allá de esto, ¿por qué hay tan pocas notas críticas sobre la TV de gente que trabaja en ese medio? *La Liga* no es ajena a este modelo. Desde el multimedio más poderoso del país, busca ser testigo, protagonista y árbitro de los conflictos en un mundo que visualiza como sórdido, peligroso e injusto, donde los malos son fuertes y poderosos. Daniel Botti, profesor de filosofía, hace una reflexión que bien podría aplicarse a esa dinámica: “Los programas de denuncia no buscan denunciar para que se haga justicia sino para entretener. La denuncia se ha puesto de moda. Es un negocio rentable. Las sociedades modernas se están habituando a los denunciadores y a los denunciados”. Y *La Liga* quiere ser todo al mismo tiempo: periodismo de investigación, periodismo de denuncia, periodismo social, periodismo justiciero, periodismo documental, periodismo con estilo propio, la versión “progre” de un multimedio. Demasiado para tan poco tiempo de existencia.

No alcanzan las buenas intenciones para diferenciarse de la estética predominante del periodismo televisivo, cuestión que *La Liga* parece detractor y modificar y más bien reproduce bajo otro formato.

BIBLIOGRAFÍA

Steimberg Oscar, *Semiótica de los medios masivos*, Bs. As., Atuel, 1998

Suplemento aniversario Página 12, "18 años de Página/12", 26/05/05

Revista Debate, 4 de abril 2003, año 1, N° 3.

Revista Lote, julio 2002, año VI, N° 60.

Barbero Martin Jesús, "La TV o el mal de ojo de los intelectuales", en *Comunicación y Sociedad*, N° 29, enero-abril 1997.

Morandini Norma, *La Gran Pantalla (Periodismo en TV: de Neustadt a Pergolini)*, Sudamericana, Bs. As., 2000.

Bourdieu Pierre, *Sobre la TV*, Anagrama, Barcelona, 1997.

Wolton Dominique, *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la TV*, Gedisa, Barcelona, 1995.

Ramonet Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, Temas de debate, Madrid, 1998.

Sartori Giovanni, *HomoVidens. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1997.

Debray Régis, *El Estado Seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*, Manantial, Bs. As., 1995.

Ferrés Joan, *La TV subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Paidós, 1996.

Dayan Daniel y Katz Elihu, *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*, Mass Media, Barcelona, 1995.

[1] "Contra el lenguaje basura", Domingo 29 de mayo de 2005,
Página 12.