

SITIADOS POR AFRODITA

POR JULIANA RODRIGUEZ. FOTOS: CARLA BARBERO. El invento cordobés de una *sitcom* teatral produjo un fenómeno de taquilla y devoción absolutamente novedoso. Una cosa es agendar una serie y hacer el mínimo esfuerzo digital de pulsar el botón a la hora señalada. Cuando se vuelve ritual, se invoca a los amigos, un par de pizzas y el tele funciona como tótem. A lo sumo, el fanatismo incluye grabar un capítulo o comprarse los DVD. Nada de eso se puede hacer con Maldita Afrodita. Básicamente porque es teatro y, como tal, implica apechugar con el invierno, abandonar el sillón, salir a la noche, bancarse la cola de la entrada y buscar un buen asiento. Eso hicieron algunas centenas de espectadores semana tras semana, hasta el punto de que el año pasado la obra vendió cerca de seis mil quinientas entradas y este año otro tanto, con funciones a sala llena y un capítulo final de la segunda temporada en el que bastante gente quedó sin butaca.

Las funciones fueron los miércoles a las 20:30 y 22 horas en el Cineclub Municipal y ahora continúan en forma de maratón. El panorama suele repetirse: Un grupo de amigas pela bufandas como capas de cebollas en la entrada. Discuten si a la salida el menú será comida mejicana o pastas, se sientan, y un par avisa a la única novata: *"En el capítulo que pasó..."*, la ponen al día. Un desprevenido de saco y corbata pega un salto cuando roza al espectador inmóvil y dorado del fondo de la sala. Una pareja que no pasa de los 20 trata de que las papas fritas que esconde en la mochila no hagan tanto ruido. Se apagan las luces y empieza un nuevo episodio. Un hombre de unos 40 años llega tarde y apurado, se sienta en primera fila y se golpea la rodilla a cada risotada, aplaude cuando entra un personaje y hasta opina sobre la relación del protagonista con una de sus novias. *"No se lo merece"*, dice el tipo, copiando la voz de aquella publicidad de jugos. No tiene un control para cambiar de canal. Y si lo tuviera, quizá no lo usaría.



De Lucy a Phoebe

Un repaso por el género de la comedia de situación empieza con los caprichos blanco y negro de *I Love Lucy*, pasa por el bar de Cheers, toca de cerca al freak de Andy Kaufman en *Taxi* y tiene su cúspide en las nueve temporadas de *Seinfeld* en los 90. La lista es conocida y hay sitcoms sobre todo grupo humano disfuncional posible: amigos, como *Friends*, *Will and Grace* o *That '70's Show*; parejas, como *King of Queens* o *Mad About You*; familias, como *Everybody Loves Raymond*, *The Nanny* o *Third Rock From The Sun*. Aunque el formato nació originalmente para radio, en televisión prendió enseguida, con los ingredientes elementales: menos de media hora, un par de decorados fijos, personajes estereotipados, guiones sin un segundo para la improvisación, parlamentos y gags cronometrados, latiguillos recurrentes y final redondo en cada capítulo.

Todo eso se reproduce en *Maldita Afrodita*, que a la vez no deja de ser teatro.

"Cuántas de esas sitcoms se grababan en vivo con el público en estudio, con momentos que recuerdan al teatro isabelino

o al absurdo de Beckett", enlaza Gonzalo Marull, creador del ciclo con Jorge Monteagudo y Luciano Delprato, a quienes luego se sumó Emanuel Rodríguez en colaboración autoral. El Tea-

Ingredientes elementales: menos de media hora, decorados fijos, personajes estereotipados, guiones sin improvisación, gags, latiguillos y final redondo.

tro Minúsculo cruzó un género digerido por años de televisión y la experiencia del teatro por entregas, como fue la saga teatral *Bizarra*, que en 2003 hizo Rafael Spregelburd en el Centro Cultural Rojas de Buenos Aires. Aquella era una telenovela en teatro con sus propias figuritas, remeras, discos y demás merchandising, con más improvisación y delirio, pero con similar cantidad de espectadores que la idea cordobesa.



Para los que nunca vieron Maldita Afrodita: Juan es un historietista inseguro que sueña con ser un superhéroe, pero usa el seudónimo de una chica para dibujar en una revista femenina dirigida por Betty Seller, ahora convertida en su novia. Su mejor amigo, Ale, es un langa irredimible que da cátedra a su sobrino, Maxi, un cuarentón atrapado en el cuerpo de un adolescente que sale con La Chica del Delivery. Juan habita un departamento que pertenece a su ex novia, Patricia, una exitosa historietista que lo dejó el año pasado pero ahora volvió y lo comparte con Betty. Por la puerta entran y salen Coco, el vecino inventor y Romina, que lo sigue en sus proyectos inútiles como si fueran a conquistar el mundo. En los cortes comerciales, un programa de radio entretiene con entrevistas a Dios, poetas inéditos —e iletrados— y un león que canta hits con letras punks.

Fieles, incrédulos y primerizos

Como regularmente pasa, algunos anuncian la desaparición del género, que ya dejó de ser la estrella del *prime time* de Estados Unidos. Mientras, Maldita Afrodita encara la repeti-



ción de su segunda temporada. Y no es sólo una cuestión de taquilla. En la cola no se ven las mismas caras que desfilan por las salas de teatro, ni siquiera las siempre abonadas al cineclub. *"La gente que saca entradas para la peli 'El Arco' no va a ver Afrodita. La verdad, no sabemos de dónde viene"*, dice Marull. Lo que saben es que ya hay un público cautivo, clave para mantener un formato de teatro en continuidad. El *delay* de las risas distingue a los que están explorando el terreno de los seguidores. *"Imaginábamos que íbamos a captar a una determinada generación"*, agrega Marull, y hace referencia a los mil códigos de los treintañeros que seguían Friends. *"También pensamos que íbamos a captar al teatrero, pero nos dio la espalda"*, agrega. *"Algunos señalan que por acercarnos a la tele no es un teatro de resistencia ni de temática. Para nosotros, la resistencia está en el procedimiento: escribimos todo el año y estamos todo el año en el escenario"*.

Y ahí se vuelve lo generacional, a la identificación con una época, en la que la tele forma parte, desde El Chavo a Kramer, de una memoria, también de un código. Y en las fronteras de ese lenguaje hay dos miedos. Uno es el de quien recela del teatro independiente pero se anima asomarse a una sala si se lo presentan como si fuera TV. Y el otro es el de gente que sólo prende la te-

le para ver el pronóstico del tiempo y tiene miedo de quedar fuera, de que le hagan un guiño que no entienda. Por eso este año, cuenta el

En la cola no se ven las mismas caras que desfilan por las salas de teatro, ni siquiera las siempre abonadas al Cineclub.

guionista, intentan separarse del registro televisivo y tocar más el humor del absurdo, en el que no es necesario ser una enciclopedia de Sony Entertainment para captar un chiste.

Pastillas de risa

Seinfeld está con Elaine, su mejor amiga, en un concierto de piano. Él le pone en la rodilla un pastillero de Tweety. Ella lo mira, aguanta, se muerde el labio. Le tiembla involuntariamente un párpado.






TRIPLE DOBLE VÉ

www.malditaafrodita.blogspot.com

Al final Elaine suelta una carcajada histórica, que pone de los pelos a la pianista y hubiera tirado por la borda la carrera de Martha Argerich. Lo que pasa en el capítulo nunca podría darse en la sitcom, porque las risas son indispensables para que la maquinaria se encienda y haga combustión. El intercambio entre parlamentos, gags y risas se aceitó solo entre público y actores.

“Eso no es más que la ligazón del teatro con el espectador, que la tele nunca te da. Entre vos y la pantalla no pasa ni un ángel. Acá eso se produce con las 200 personas al frente. No sé si funcionaría con 10 espectadores. La obra requiere un público numeroso, vive de ese contagio de las risas, que suenan mucho mejor que las grabadas”, aclara Marull.

Si el año pasado el último capítulo incluyó la votación del público y un final a lo Dirty Dancing, el fin de la segunda temporada sumó una boda a lo Vegas, coreografía disco, dobles de riesgo, radio en vivo y un *showcase* enfurecido del León. En el blog, los fans siguen eligiendo a sus favoritos y hasta sugirieron una versión hot para la medianoche. ¿Pasarse a la pantalla chica? La idea está, pero los proyectos no se concretaron. Por ahora, se viene la maratón por entregas. Y las remeras ya están circulando. Qué copado. 

HACETE ESCUCHAR



TECNOLOGÍA . TALENTO . PRODUCIMOS AUDIO .

PÉREZ DE HERRERA 2351 - CERRO DE LAS ROSAS - TEL. (0351) 482-2696 - HIFIMIX@HIFIMIX.COM - WWW.HIFIMIX.COM