



PUBLICITE EN ESTE PORTAL

Ahora estás en: [Inicio portal](#) | [Tiempo libre](#) | [Noticias](#) | [Entrevistas](#)

ENTREVISTA A MARCOS GORBÁN

Gran Hermano, te estoy hablando

25.05.2011 10:21

0

[Me gusta](#)

"El prejuicio es creer que la televisión le mete ideas a la gente. Es al revés, la gente le mete ideas a la televisión, de esa manera se hace un éxito" dijo a Montevideo Portal Marcos Gorbán, productor -entre otros- de Gran Hermano Argentina, Operación Triunfo y Talento Argentino.



Fotos: Montevideo Portal

Para Marcos Gorbán, la producción televisiva fue una "changa" que se convirtió rápidamente en su principal actividad. Durante los más de diez años que trabajó para Telefé, tuvo la responsabilidad de importar, adaptar y poner en marcha el formato holandés de reality show "Gran Hermano", encargándose de la producción general de todas las ediciones argentinas de ese programa, a excepción de la última.

A fines de 2010 se desvinculó del mencionado canal, fundando la productora de contenidos para televisión Sinapsis Producción, trabajando en asociación con televisoras mexicanas, peruanas y argentinas, experiencia que podría replicarse en Uruguay. También ejerce como docente de

Recargá tu celular

Antel
Claro
Movistar

www.recargas.com.uy

Búscanos en Facebook

Montevideo Portal

[Me gusta](#)

A 11,738 personas les gusta **Montevideo Portal**.

Gerardo	María Noel	Gus	Martha	Lob
Natalia	Francisco	Dioni	Johnatan	Inmobiliaria

Plig-in social de Facebook

Más Leídas

Última hora | Videos + vistos

- Jorge Rial vuelve a Intrusos
- Jessica Jane Clements deslumbrante en Nuts
- Santiago Silva habló del partido con Peñarol
- Político ucraniano intenta estrangular a otro en el Parlamento
- Corrección: fin del mundo será el 21 de octub
- Fallece atropellado por un tren
- Diputados en Ucrania
- La selección ya está en Alemania
- Las polémicas fotos del Twitter de Graciela

Televisión de la Universidad de San Andrés, Argentina.

Esta semana, Gorbán visitó Montevideo para participar del "Programa de Actualización en Audiovisual: la televisión que podemos hacer. Herramientas para convertir sueños en producciones", llevado adelante por la Universidad ORT. El evento constituye la segunda parte de un programa que ayuda a la reflexión y al análisis para dar lugar a soluciones de guión y producción para una televisión nacional posible y rentable.

Si bien ha hecho carrera en televisión, Gorbán afirma haber llegado al mundo catódico "por accidente", ya que "nunca pensé ni planeé trabajar en la televisión, lo que quería hacer era escribir". En la década de los '90, Gorbán "era periodista, trabajaba en el diario Clarín, había trabajado antes en algunas revistas". En el mundo de la TV "hice primero algunas cosas como becario en noticieros, hasta que en 1994, una ex compañera de estudios me recomendó ante Lucía Suárez, una gran productora de TV con experiencia en EEUU, quien me incluyó en un nuevo programa de investigación periodística que se llamó Edición Plus. En Clarín me dijeron 'agarrá ya, no seas boludo', y yo acepté creyendo que iba a poder desarrollar ambas actividades, pero la televisión me absorbió por completo", confiesa.

Partícipe y creador de proyectos periodísticos, ficciones y programas de entretenimiento, quizá la máxima responsabilidad de su labor como productor fue el "aterrizaje" de Gran Hermano en Argentina.

Las vaquitas no son ajenas

"La decisión de comprar el Gran Hermano surgió de la dirección del canal", recuerda el realizador, quien poco después recibió el encargo de hincarle el diente a la producción general de la primera edición argentina del ya conocido reality. "Ahí empieza mi proceso de adaptar el programa, en compañía de Sergio Vainman y Ana Laura Deluso, la productora de GH 2011". Gorbán y su equipo debieron analizar y sopesar los productos y resultados de experiencias anteriores del ciclo en diversos países, procurando "ver qué cosas funcionaban en Europa y cuáles podían funcionar con nosotros. Generalmente, esa selección forma parte de "un proceso que se da automáticamente. Los contenidos europeos que a vos te aburren, de seguro también aburrirán al público", afirma. En aquel principio de milenio, en la edición española de Gran Hermano "fue furor que los participantes armaran un puzzle de diez mil piezas. Para nosotros, no podía haber cosa más aburrida que ver a doce tipos armando un rompecabezas...pero fue sensación allá", señala como ejemplo de iniciativas exitosas en Europa, que prefirieron dejar de lado por su improbable andamiaje en estas latitudes.

"Como contrapartida, nosotros podemos hablar de la incorporación de la vaca Margarita", aporte argentino al formato "que empezó como una idea en broma y terminó siendo uno de los principales personajes de la casa".

La idea de meter una vaca en el reality show es un ejemplo de cómo "hay que trabajar sobre la marcha, creando ideas en todo momento, sino estás en el horno", lo cual no quiere decir que se esté improvisando. La inclusión o no del bóvido en el programa fue motivo de un prolongado debate entre la producción argentina del y los asesores de la compañía holandesa Endemol, propietaria del formato. El diálogo entre ambas partes venía siendo muy enriquecedor "hasta que llegamos al punto de la vaca, y tuvimos que dar muchas explicaciones. Ellos no estaban de acuerdo con la idea, porque entendían que era muy incómoda. Pero cuando preguntaban algo nosotros teníamos todo estudiado: cuanto come, toma y caga una vaca. Fue un trabajo de producción complejo, pero la discusión había entrado en una situación de estancamiento, cuando decidimos decirles que la vaca sería un homenaje a Endemol, dado que el animal sería de raza holando-argentina. Se cagaron de risa y se aprobó la idea", rememora.

Una vaca en un corral, un teléfono en el living para recibir llamadas del Gran Hermano, diferentes modos de interacción entre el público y los participante. Cada país que monta el popular reality le confiere su toque personal, pero se sirve también de la experiencia de sus predecesores. "De eso trata el módulo que vine a dar en la ORT: todos los problemas de la transculturalidad, sobre qué cosas pueden funcionar culturalmente en una sociedad y no en otra". Semejante análisis, "en

realidad tiene que ver con un trabajo muy periodístico: aprender a ver qué está pensando la gente y que le está pasando, para convertirlo en contenidos televisivos, y no en sentido inverso. El prejuicio es creer que la televisión le mete ideas a la gente, cuando es al revés: la gente le mete ideas a la televisión, de esa manera se hace un éxito", explica

La fama cuesta

Más allá del suceso mediático de algunos "egresados" del reality, "Gran Hermano no es un programa que busque estrellas", ataja Gorbán. "Si sacamos la cuenta, por la casa de Gran Hermano ya pasaron más de cien pibes. No sé si hay estrellas, pero si contamos las personas que quedaron trabajando -o figurando- en los medios, están por debajo del diez por ciento". Curiosamente "la mayor parte de ellos no provinieron de las ediciones más exitosas (el 1 y el 4)".

Figuras como Alejandra Capristo o Silvina Luna, "salieron del Gran Hermano 2, que no fue tan exitoso como lo fue el 1, o sea que no es directamente proporcional el éxito del programa con el suceso mediático que luego puedan tener sus participantes". Por ello, y dado que no se trata de un programa dedicado a hallar o construir talentos, "depende de cada uno de los muchachos aprovechar sus quince minutos de fama prestada para iniciar una carrera artística, para la que tendrán que trabajar y capacitarse". Generalmente, la fórmula es "más talento - y a través del ejercicio de ese talento- más fama. Sin embargo, a los participantes de GH les vino la fama primero, pero luego le tuvieron que sumar destrezas.



"Todos los que siguieron vinculados a los medios se capacitaron", afirma el productor, deteniéndose en el ejemplo de la ex participante GH Daniela Ballester, quien trabaja hoy como periodista en el canal de cable C5N, y estudió periodismo y locución. En casos como ese, "los jugadores luego tienen que luchar con la fama, demostrar que son buenos a pesar de haber estado en Gran Hermano, ya que existen prejuicios al respecto".

Lo que ves es el final

Las críticas provenientes desde ciertos ambientes culturales no son novedad para Gorbán, quien ha escuchado innumerables veces ataques contra la televisión en general y los reality show en particular. Quienes apuntan sus baterías contra una presunta televisión basura, "repite lo que antes se decía de los negros, los judíos, los comunistas, del cine, de la radio, y de toda cosa nueva que irrumpiera", considera.

El enfrentamiento entre el gusto popular y el parecer de los "inteligentes" ya fue abordado por el realizador con anterioridad. En su opinión, esos presuntamente inteligentes "pretenden decidir lo que la gente tiene que ver, hacer y consumir. A la gente que le pedimos que elija un presidente cada cuatro años, luego le queremos enseñar qué es lo que tiene que ver en televisión. Parece un poco soberbia esa actitud", expresa.

Generalmente esos inteligentes "son poco leídos y poco consumidos, y terminan hablando desde el resentimiento", reflexiona el profesional. "En la Argentina de mediados de los '80, cuando yo era estudiante, se daba una situación muy frustrante, porque los que nos daban clases eran personas que encontraban en la docencia una última alternativa laboral. Esto es: se habían recibido de periodistas pero no habían conseguido trabajar en los diarios ni en otros medios, entonces estaban enojados y frustrados en clase. Desde su punto de vista todo era una mierda, todos eran unos hijos de puta, y la pobre gente estaba en manos de una conjura maquiavélica, un plan de la CIA o la KGB, que pretendía estupidizarlos, pero en realidad todo eso surgía del enojo de un tipo que estaba raleado por medios de presa que no podían incorporarlo. O simplemente no había sido suficientemente capaz, o había tocado la puerta equivocada, o había tenido mala suerte...pero los alumnos no teníamos la culpa", recuerda. En aquellos tiempos estudiantiles, "concebí la idea de ser docente, para enseñar desde otro lugar, explicando cómo se hace, no diciendo qué malos son los que hacen lo que yo no puedo hacer". Según Gorbán, estos resentimientos ocurren porque con frecuencia "terminamos puteando lo que no nos incluye".

Recordó asimismo las profecías apocalípticas, que anunciaban que el advenimiento de los realities acabarían con el trabajo de los actores "¿Dónde están los comunistas prendiendo fuego las iglesias y comiéndose a los chicos mogólicos? ¿Dónde están los realities desbancando a los actores? ¿Dónde están los judíos dominando el mundo? ¿Qué tan cierto resultó aquello de que si abordás el tema de la homosexualidad en un programa de TV, todos los chicos se vuelven putos?", enumeró. Para Gorbán, todos estos planteos falaces tienen algo en común: "se habla desde el mismo lugar de prejuicio e ignorancia".

Errar es hermano

"En el Gran Hermano II, cometimos un error por soberbios y por ignorantes". Luego del éxito de la primera edición, "creímos que cualquier cosa que metiéramos en el programa iba a funcionar, y desconsideramos reglas de juego elementales", reconoce. En rigor, los errores fueron en realidad dos. "El primero fue el de elegir participantes con un promedio de edad muy bajo, no supimos ver que no estábamos aportando suficientes historias de vida, experiencias, había pocos recursos narrativos". En segundo lugar, "creímos que la gente ya había 'comprado' el programa y listo". Por estos errores, el ciclo no tuvo los altos niveles de audiencia que había alcanzado su predecesor, pero tampoco fue un fracaso. En ese momento, el semiólogo Eliseo Verón hizo un seguimiento para determinar qué era lo que la gente veía en el programa. "Por ese estudio nos enteramos de que mientras la gente, al asistir a Gran Hermano I se había visto a sí misma, durante el segundo ciclo esa identificación se rompió. Todos eran muy lindos, especialmente las chicas, así que donde antes veían un espejo, ahora encontraban modelos". Esto generaba una distancia, "porque si bien la gente siguió viendo el programa, ya no se sentía tan involucrada".

Ese error garrafal de la producción fue subsanado merced a lo que Gorbán llama el "milagro del pan", que se produjo "cuando engordó Silvina Luna, se llenó de granos, mientras en el confesionario admitía que se veía gorda y fea pero no le importaba, porque estaba pasándolo bien con sus amigos y amigas en la casa. La gente la amó", refiere.



Sucesos como el engorde de Silvina Luna, las peleas, reconciliaciones y romances entre los participantes de la casa, son vistos por algunos como fruto de un guión cuidadosamente elaborado, donde se establece todo lo que deberá suceder en la casa

"Sí, a Silvina le hacíamos enemas de pan para que engordara, y le dábamos drogas a todos para que tuvieran sexo", ironiza, ya acostumbrado a la persistencia de las hipótesis conspirativas. "Es evidente que el programa está libretado, pero no por nosotros sino por la CIA", comenta risueño, consiente de los rumores acerca de un supuesto "guión maestro" al que se ajustan todos los participantes durante su estancia en la casa. "Hay intervenciones permanentes de la producción, pero son a la vista de todo el mundo", puntualiza, añadiendo que los manejos tras bambalinas, son una característica de todos los realities que fracasan. "Todos los pelotudos que hacen un reality show creyendo que es un parripollo, que la tienen re clara, y que arman peleas y reconciliaciones, son los que después se comen los mocos, les va horrible y terminan diciendo que la gente es estúpida y no entiende. En realidad, lo que pasa es justamente lo contrario: la gente es mucho más inteligente que ellos, y en seguida ve los hilos de la marioneta".

En cuanto al valor que constituye para un producto televisivo el contar con la empatía o "identificación" de su público, que lo reconoce como algo cercano a su vida, en contrapartida a la ficción pura, que seduce con viajes a realidades diferentes de la cotidianidad, el productor reconoce que se trata de un activo que varía.

"Depende de qué coyuntura esté viviendo esa sociedad. Hay momentos en que la gente quiere saber de sí, y otros en que tiene ganas de fugarse un rato, tiene mucho que ver con lo que le esté pasando en la vida. Uno de los índices para averiguar el estado de la sociedad en ese sentido es medir a qué tipo de programas le está yendo mejor, si a los periodísticos o a los de ficción". En los momentos en que la gente tiene ganas de evadirse, no mira un reality show, más bien apuesta a la ficción, porque en un reality de seguro encontrarán algo con lo que identificarse.

En octubre de 2010, la salida de Gorbán de Telefé alimentó no pocas especulaciones acerca de riñas y desavenencias de todo pelaje. "A veces la realidad es mucho más opaca de lo que la gente cree", reduce el productor, quien explica que su alejamiento del canal se dio en buenos términos, en un momento en que la empresa se encontraba en un proceso de reestructura, y Gorbán deseoso de abordar nuevos emprendimientos. "Nunca dije esto hasta ahora, pero en realidad, si bien está buenísimo ser el coordinador general o el productor general de Telefé, llega un momento en que te aburre un poco, querés hacer otra cosa. En mis últimos tiempos en Telefé, yo era consiente que el canal necesitaba un nuevo Gran Hermano para levantar la temperatura de la programación, pero al mismo tiempo pensaba que si yo hacía ese GH, me mataba... tenía ganas de hacer otra cosa, por eso estoy tan feliz trabajando ahora con

Sinapsis".

Andes por donde Andes

La nueva compañía de Gorbán "no es una productora sino una empresa de contenidos, know how y desarrollo. Hicimos algunas cosas para México y Buenos Aires, y tenemos la expectativa de cerrar algún acuerdo en Uruguay, trabajando con uruguayos, ya que tengo muy buena relación con gente de los canales de TV de acá y soy íntimo amigo de la gente Oz Media, con los que ya hicimos el ciclo Anecdótico".

En la actualidad, el ex realizador de GH alterna sus días entre Buenos Aires y Lima, ya que participa de un proyecto de Gisela Valcarcel, la principal figura televisiva del Perú. "Gisela condujo durante tres años el Bailando por un Sueño peruano, hasta que le entró en crisis el formato, ya que se le acabaron los famosos". Allí intervino Gorbán, reformulando el programa que continúa siendo un éxito. En cuanto a sus planes para nuestro país, "antes que nada es un sueño, y estoy en conversaciones", admite.

Interrogado acerca de la frase del escritor Henry Mencken, citada a menudo en el show business estadounidense: "nadie se arruinó jamás por subestimar el gusto del público", Gorbán disiente y asegura que "En la tele sí. Seguro que ese escritor no trabajó nunca en televisión".

Montevideo Portal/Gerardo Carrasco

Print Email T T  Compartir 0 Me gusta

Comunidad en tiempo real en el Portal

[Ver más](#)

[Cambia tu estado](#)

[Actividad de los usuarios que sigo](#)

Reanudar ▶

Más noticias de Entrevistas

My Blueberries nights

Entrevista a Los Blueberries

Mirando lo que se mira

Con Virginia Martínez

Código de Barrio

Entrevista a Pablo Fernández, co director de Reus

Los chicos sólo quieren divertirse

Con Duncan Reid, de The Boys

Y otras yerbas

Entrevista a Javier Ricca, autor de "El mate"

[Contáctese](#) | [La empresa](#) | [Política de privacidad](#) | [Responsabilidad](#) | [Trabaje con nosotros](#)

Copyright © Todos los derechos reservados, Montevideo Portal - Montevideo COMM
Editor responsable: María Noel Domínguez