



ENTREVISTA | PABLO CODEVILLA

EN EL MARCO DE LAS 7º JORNADAS DE MARKETING UNLP, QUE SE LLEVARON A CABO EL VIERNES 6 Y SÁBADO 7 DE SEPTIEMBRE EN EL AULA MAGNA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONVERSAMOS CON PABLO CODEVILLA, ACTUAL PROGRAMADOR DEL CANAL TRECE JUNTO CON ADRIÁN SUAR. GRAN PARTE DE SU VIDA ESTUVO SIGNADA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LA TELEVISIÓN ATRAVIESA SU FORMACIÓN Y LA CONOCE DESDE DISTINTOS ROLES. RECONOCE QUE LAS FUNCIONES QUE LE HAN ENCOMENDADO LO HAN HECHO CRECER DESDE LA MISMA PRÁCTICA. DESDE LOS 8 AÑOS FUE FORJANDO SU PROFESIÓN FRENTE A LA TV.

# “NO SÉ HACER OTRA COSA QUE NO TENGA QUE VER CON LA TV”

**¿Cómo ha sido para usted cambiar de rol, de actor a gerente de contenidos? ¿Cómo ha sido su formación en esta última función?**

En realidad si me tengo que remontar a un tiempo largo y si arranco hablando de la profesión, tengo que comentar que empecé a trabajar a los 8 años, o sea que ya llevo casi 50 años de mi profesión. Tuve la suerte de transitar en los medios tantos años con cosas distintas. Reconozco que soy un privilegiado porque toda mi vida tuve la suerte de poder vivir de la profesión que elegí. Siempre digo lo mismo, la suerte que tuve de trabajar en este medio, hacer distintas cosas y transitar los buenos y malos momentos. Cuando estoy en un proyecto y le va muy bien me pongo muy contento, lo disfruto, y cuando le va muy mal trato de no deprimirme demasiado. No hay que creer que somos los mejores cuando ganamos, porque tampoco somos lo peores cuando nos va muy mal. Tuve suerte de transitar muchos lugares, empezando por actor, después por una situación muy particular empecé a trabajar como productor en Fax con Nicolás

Repetto, hace muchos años. De manera que comencé a experimentar gracias a él la forma de ser productor y fue un poco de casualidad, por la manera de trabajar que tenía Nicolás, la verdad es que aprendí mucho de él. En esta cosa de juntarse con los actores, de empezar a probar cosas, me fomentaba mucho la creatividad y la posibilidad de que yo pudiera hacer lo que se me ocurriera. Entonces empecé a experimentar esa sensación de crear los propios guiones, me gustó ya después lo reemplacé a él como conductor. En una época trabajé como director artístico de un acuario, una cosa rarísima, en Mar del Plata, pero lo hice y experimenté esa sensación. Después reemplacé a Nicolás Repetto en “DecimeCuál es tu nombre” y “Feliz Domingo” en canal 9 y después, por una situación particular en canal 9 me proponen la dirección artística de ese canal. Fue de casualidad, hacía igualmente muchos programas y tuve esa experiencia de estar al frente de uno, después volví a trabajar como productor hasta que un día me convocó Adrián Suar, cuando se hace cargo del 13, para que lo acompañe en la programación y de alguna

No sé hacer otra cosa que no tenga que ver con la TV, el teatro, el cine, y la cultura.

manera todo se fue dando de a poco y tuve la suerte de conocer distintas etapas del medio.

### **¿Qué aspectos considera claves para ejercer la función de Gerente?**

La palabra “gerente” en el caso de Adrián como yo la tomamos con mucho respeto, no podría contestarse esa pregunta porque no me siento un gerente. Creo que soy una persona que durante muchos años trabajó en este medio, lo conozco. No sé hacer otra cosa que no tenga que ver con la TV, el teatro, el cine y la cultura. Lo nuestro no es una función como por ejemplo un Gerente de Administración. Nosotros tenemos más que ver con las propuestas, con los programas, con la práctica diaria de contenido. Todo lo que tiene que ver con la parte financiera, con lo económico y presupuestos de los

programas tanto Adrián como yo, no nos metemos, porque no es lo nuestro.

### **¿Sobre qué criterios diagraman la programación en canal 13?**

Fundamentalmente desde que estamos en el canal 13 tenemos un público cautivo y un target muy específico. Nosotros lo que tenemos que hacer es armar una programación que sea popular, prestigiosa, que tenga nivel y de acuerdo a lo que vayamos viendo sobre los distintos proyectos, pero tenemos una adaptación muy rápida con lo que pasa. Hoy en día las redes sociales están permanentemente presentes, no solamente tenemos que pensar en la pantalla sino en lo que significa el famoso 360. Lo que tenemos que hacer, en definitiva, es adaptarnos a los gustos de la gente.

### **¿Cómo es un día suyo como gerente, a qué dedica la mayor parte del tiempo y qué aspectos cree que son necesarios mejorar en lo que tiene que ver con la gestión?**

La mejora es permanente, hay que tratar de asumir los errores y corregirlos. Yo llego muy temprano, normalmente trato de tener las reuniones ahí y a veces tengo que trasladarme a Pol-ka porque Adrián ahora que está grabando su novela está allí, por lo que a veces las reuniones se realizan en ese lugar. Depende de los días pero, normalmente vuelvo a mi casa alrededor de las 20 - 21 horas o bien a la hora que sea, depende cuán complicado sea el evento o programa.

### **¿Cómo se organiza la publicidad de cada programa y del canal en general y en qué medida la pauta publicitaria puede o no incidir en los contenidos televisivos?**

Nosotros al ser un canal privado dependemos absolutamente de la publicidad, todo lo que tenga

Hoy en día las redes sociales están permanentemente presentes, no solamente tenemos que pensar en la pantalla sino en lo que significa el famoso 360. Lo que tenemos que hacer en definitiva, es adaptarnos a los gustos de la gente.

que ver con la misma depende del área comercial, que es la que se dedica a tener reuniones con los auspiciantes y a tener las pautas de publicidad. Lo que tratamos de hacer es tener reuniones con la gente de comerciales del canal para contarle lo que queremos hacer y a veces las necesidades que tienen ellos. Lo que hacemos es unificar un poco los criterios, pero fundamentalmente la prioridad nuestra es el programa, el formato, realizarlo y que funcione. El rating para nosotros es muy importante porque tiene que ver con la continuidad. La realidad de lo que pasa en nuestra profesión se ve a la vista. A lo mejor un programa está muy bien hecho y la gente es la que decide. Si la gente decide no ver el programa, no tiene rating, no tiene publicidad, por lo tanto no se puede sostener. A veces nosotros asumimos que podemos cometer errores, pero la gente protesta

mucho cuando se hace un programa de TV y luego se levanta. Y uno dice: "Que barbaridad", pero después te das cuenta internamente de lo que pasó y nadie dice que el culpable es la gente que no lo vió, es muy raro decir eso, pero puede pasar.

#### **¿En alguna medida el rating va en detrimento con la calidad?**

No, creo que no. Tiene que acompañar, de hecho hay experiencias y ejemplos concretos de que un programa está muy bien hecho. Acá nadie tiene la verdad, sino serían todos grandes éxitos. Ahora tenemos por ejemplo una novela que es "Farsantes", con un muy buen nivel y la gente la acompaña. El año pasado teníamos un programa con Soledad Silveira y Oscar Martínez que se llamó "Condicionados" y

la gente decidió no verlo, estaba muy bien hecho... Después están los criterios, te gusta o no, como cuando vas a ver una película, pero nosotros estábamos contentos, la gente decidió. Después vino "El Puntero" y funcionó. Lo ideal es acompañar un buen producto con rating. Ahora está la novela de Adrián Suar que es familiar, está bien hecha, es divertida y está funcionando muy bien.

**Durante muchos años se le otorgó a los medios de comunicación tres funciones esenciales: informar, entretener y educar. ¿Cree usted que en la actualidad estas funciones han ido transformándose o aún se mantienen?**

No se mantienen, es lo ideal. Es un poco la base de lo que intentamos hacer en el canal. Tenemos tres patas vinculadas a eso: los noticieros, la ficción y los programas de interés general.

**¿En qué medida repercute en un medio de comunicación el avance de las redes sociales junto a los permanentes cambios tecnológicos?**

Permanentemente tenemos que adaptarnos, hoy en día la realidad nos demuestra que una persona ve un programa por donde se le ocurra, por internet o cable. Somos antiguos en este medio, estamos acostumbrados al control remoto, tenemos que asumir que las redes sociales tienen un avance terrible, Twitter, Facebook, etc.

**¿Cuál es el balance que puede hacer hasta el momento sobre el año 2013?**

Nosotros estamos contentos, fue un año importante. Marcelo Tinelli decidió tomarse un año de descanso. En febrero tuvimos que cambiar toda la programación prevista. A partir de eso, los cambios se desarrollaron, por ejemplo en el programa de Hugo Chávez, que

iba a ser un unitario y luego se transformó en una novela. Estamos contentos con lo de Adrián y Natalia Oreiro, estamos muy bien.

Logramos estabilizar la tarde, que era un punto débil. Contentos con el programa de Mariana Fabbiani, el clásico "Cuestión de Peso" y Guido Kaczka. Ni hablar del área de noticias, creo que el balance fue muy bueno.

Los fines de semana es el punto débil, lo fílmico no es lo nuestro, ahora empezará un nuevo programa con Sergio Lapegüe y Maru Botana. Después lo de Jorge Lanata los domingos fue muy importante porque nos dio importancia al día, volvió a ser el domingo trascendente. El balance es bueno también en lo comercial.

**¿Qué significa para usted en lo personal visitar la Universidad Nacional de La Plata y la Facultad de Ciencias Económicas en particular y realizar este tipo de charlas?**

No suelo hacer este tipo de charlas por una cuestión de tiempos y otras cosas. Este fue un caso particular, la experiencia la voy a tener ahora, todavía no lo experimenté, estoy contento por venir. Más allá de lo que tiene que ver con el marketing, a lo mejor sí. Lo nuestro es específico de contenidos, pero aportaremos la experiencia de tantos años. ■