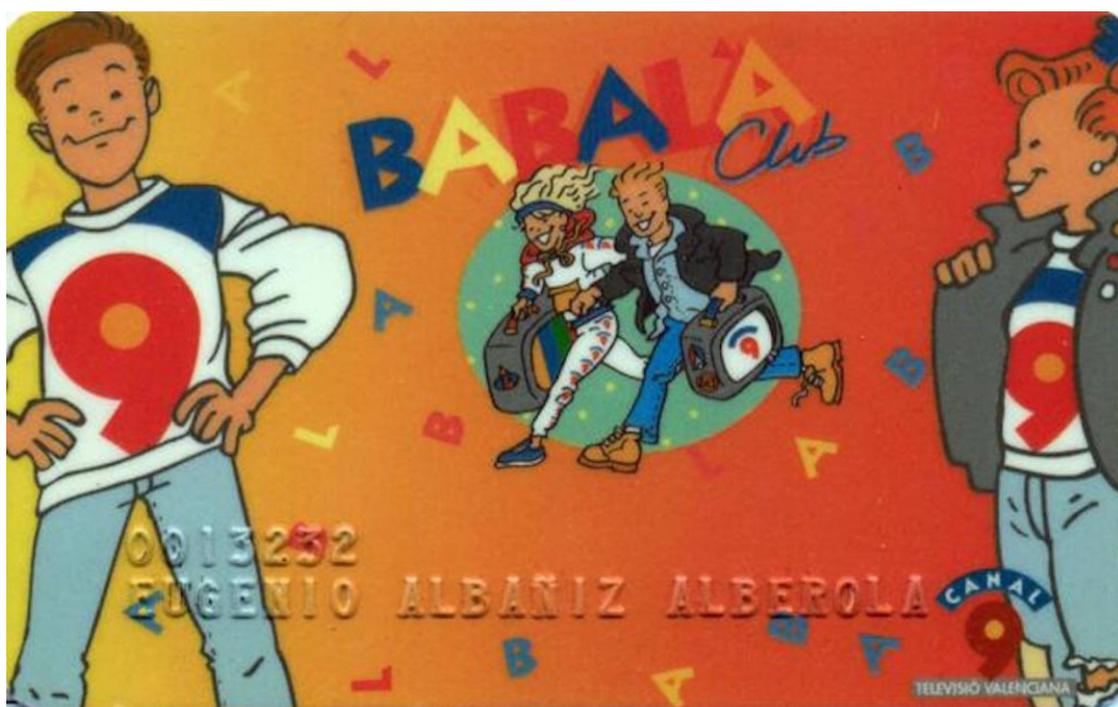


Generación Babalà: así fue el primer club televisivo de los 'millennials' valencianos

Al igual que 'Xarabín Club', en Galicia, o 'Cyberclub', en Madrid, este es el programa con el que creció la generación de los noventa en el extinto Canal 9

El País, Eugenio Viñas (06/02/2018)



La televisión de los 90 en España se apoyó en una fórmula irreplicable. A saber: el oligopolio del mercado, la valentía de la ignorancia en productoras y canales, el dinero público en semitransparencia y la edad media de sus equipos. Eso y lo bien parecida que era la excentricidad y el arte en una televisión –al fin– libre. Para muestra, una precuela: *La Bola de Cristal*, con Alaska, Santiago Auserón o Kiko Veneno. A su consecuencia, los programas infantiles en las nuevas televisiones públicas: *Club Súper 3* (TV3, 1991), *La Banda* (Canal Sur, 1994), *Xarabín Club* (TVG, 1994) o *Cyberclub* (Telemadrid, 1997). Y antes de todos estos, **A la Babalà**, el programa infantil de el extinto Canal 9 (1990).

Esos eran los contenedores que armonizaban la emisión de series tan distintas como *Bola de Drac*, *Els guardians de la Galaxia*, *Les tres bessones* o *Doraemon*. La fiesta del cromatograma y los concurrenciosos platos de directo convirtieron a sus presentadores en los primeros *influencers* de carne y hueso para la generación millennial. Eran auténticas estrellas de rock que, además, hablaban su propia lengua. Levis 501, pantalones de campana, Ruta del Bakalao y Los Planetas. Todo a su debido tiempo y con la licra como material conductor para un escaparate de intensa influencia en una generación de

valencianos que, más que *millenials*, son la **Generación Babalà** (o, como poco, ambas cosas).

A la babalà: los inicios sin experiencia

El nombre se lo puso su primer director, José Ramón García Bertolín, inspirado por unos apuntes de las oposiciones que estudiaba su esposa: “Tenía una lista de expresiones en desuso. Esta me pareció tan bonita... Explica como hacen las cosas los niños, *a lo loco*”. Él también fue quien propuso que su presentadora fuera “esa chica joven que enseñaba a los colegios las instalaciones de la nueva tele”, como cuenta la propia **Fani Grande**. Su compañero, **Diego Braguinsky**, había sido el rostro de Canal 9 en su mensaje de bienvenida y participaría durante décadas tanto como presentador de programas (*Amor a primera vista*) como, sobre todo, actor de series (*L’Alqueria Blanca*).

Grande acompañaba a los niños por los nuevos platos donde jugaban a realizar programas no escritos. “Lo último que esperaba era que me cogieran. Me quedé muy sorprendida porque no tenía ninguna experiencia en cámara, pero acepté porque me gustó mucho la idea. Teníamos a Carles Cano y Carles Gámez de guionistas”, referentes hoy en día como escritor de literatura de infantil y como periodista, respectivamente. La azafata reconvertida en actriz y presentadora asegura que su recuerdo más poderoso fue “la cara de asombro y de felicidad, la entrega de cada carita, cómo aplaudían...”.

Se refiere a un programa vespertino, con decorados y premios diseñados por Alicia Caparrós (*els quiquets!*) en el que los colegios competían y había premios como un televisor o un telescopio. Cualquier niño a inicios de los noventa con uno de esos dos artilugios en su habitación podía pasar como el más guay de la clase.

Hoy escritora y bloguera, Grande recuerda que cuando abrió su cuenta en Twitter, en 2012, el reencuentro con la generación Babalà fue “una de las cosas más felices de mi vida pública. Tanto que, aunque cueste creerlo, he vuelto a ver en algunas caras esa admiración por una época televisiva”. Pero en aquel tiempo TV3 apretó el acelerador y abrió su ancho catódico al **Club Súper 3** con **Petri, Noti y Tomàtic**. Tres personajes con mucha personalidad y sus propias historias de ficción. El croma, que era toda una innovación, dotaba de escenarios infinitos a las ideas de un club –esa era la clave– en la que se potenció la interacción de los niños a través de la carta, el fax y el teléfono. Pese a los muchos contenidos compartidos gracias a las compras de la FORTA, TV3 contó con ingentes recursos para doblaje y sonido. En un territorio de lengua compartida, las autonómicas empezaron a competir (años después, el Gobierno valenciano capó la señal llegada desde Cataluña) y en Canal 9 a imitar el modelo norteamericano.

Babalà Club: Dragon Ball, croma, rap y bakalao

El 2 de marzo de 1991 se emitió en Canal 9 el primer episodio de **Dragon Ball** que junto a **Dr.Slump, Musculmán, Shin Chan** y **Doraemon** sería una de las series japonesas por las que se libraría una batalla de audiencia entre autonómicas. Las tiendas de fotocopias, que por aquel entonces eran un negocio de lo más boyante, mantenían una línea B de ingresos con unas carpetas de anillas por las que podías llevarte a personajes y escenas de aquellas series en blanco y negro

(especialmente de la de Goku, Vegeta y Satanàs cor menut o Satanàs cor petit, según tu lugar de residencia). Las variedades dialectales iban discriminando públicos y la guerra por las cuotas de pantalla y los horarios estaban lanzadas con la franja infantil. La valenciana pareció resentirse y RTVV lanzó un casting para replicar la idea del trío de aventureros disparatados sobre un croma. De hecho, **Club Súper 3 fue el primer programa en España en usarlo y Babalà Club el segundo**. Algo para lo que abandonó – y fue una separación decisiva– los estudios de Canal 9 en Burjassot.

En octubre de 1992, **Ricardo Jordán, Carme Juan i José Vicente Baynat** se convirtieron en Xoni, Poti y Tiriti, respectivamente. Elegidos entre más de 100 candidatos en aquel casting, los personajes empezaron a mezclar música actual e histrionismo. *Croma-key* y libertad de pensamiento a unos kilómetros de

Burjassot. Y si hoy nos parece de lo más avanzado coger los cuentos clásicos para darles una vuelta y contar una historia loca toqueteando estereotipos, YouTube nos permite recordar que en las tardes de pan con nocilla, *Bola de Drac* y “¿ya has hecho los deberes?”, se podía disfrutar de una *Caperucita Roja* revisitada así.

Jordan recuerda para *El País* algunas anécdotas y advierte el aprendizaje suyo y de otros actores “a un medio nuevo. La repercusión nos alucinaba bastante viniendo del teatro”. El ahora también productor ya llevaba unos años trabajando, pero dar el salto del teatro a la televisión fue un impacto acusado: **“los niños me pedían por la calle que volara porque eso era lo que veían que hacía en pantalla... sobre el croma, claro”**. Xoni era un marciano con patillas largas, sin cejas y cabeza rapada. Junto a Poti y Tiriti las versiones de rap y de techno –otra muestra de las influencias de la Ruta, como en las promos de *Dragon Ball*– se sucedían para estimular a los jóvenes. Sin complejos, mientras que la música para adultos era todavía de otro tiempo y en *playback*, los mensajes y las producciones musicales para el programa infantil no tenían límites.

Tener el carné del Babalà

En realidad la idea más importante del programa había germinado por otra vía y, sí, con la acusada referencia de la televisión catalana: *A la babalà* pasaba a ser **Babalà Club** (Club Súper 3 es a día de hoy el club con mayor número de socios registrados de Europa. De cualquier tipo). La idea de comunidad, la idea de un carné de socio que te daba acceso a un grupo, la idea de un clan de la diversión que te unía a niños de otras poblaciones, de otras ciudades, que también veían desmembrarse aquellos cuerpos (*Bola de Drac*), que les parecía muy bien que un superhéroe se impulsara a base de pedos (*Musculmán*) o que una serie tuviera una presencia escatológica constante (*Dr.Slump*), **aquel carné que te hacía formar parte del grupo lo era todo**. Y, encima, en época de alegría en el gasto público con cargo a contribuyentes futuros, el carné te permitía recibir un VHS el día de tu cumpleaños y, según la época, otros pequeños regalos que te hacían sentir de lo más especial. ¿Cómo no ibas a pasar las tardes rendido a lo que quisieran ‘echarte por televisión’? ¡Ya formabas parte de todo aquello y nadie te juzgaba –como en clase– por tu altura, tus gafas, tus orejas, tu pelo o tu movilidad! Lo único importante era ser una niña o un niño.

El poder de estos clubs es difícilmente medible todavía. Xoni, Poti y Tiriti publicaron casetes y CD’s, hicieron conciertos y galas y realizaron las grabaciones especiales para el VHS. En horario infantil de los 90 (o sea, toda la tarde), *Dragon Ball* pasó a su serie Z, llegaron *Las tortugas ninja* y *Els guardians de la Galaxia*, un western futurista muy querido en la Comunitat. Estas tres series alcanzaron picos de audiencia entre los años 1993 y 1996, aunque el poder de su público estaba en el contexto del programa: todas las fuentes con las que ha hablado **Tentaciones** de *El País* para este reportaje recuerdan el impacto del comportamiento de aquel clan desinhibido en los directos y especiales. En fiestas como las Navidades (con ExpoJove, en Feria València), Falles o Fogueres de Sant Joan, los aquelarres de diversión eran difícilmente controlables. Nada muy distinto a la fiebre por *Cantajuegos*, *Bob Esponja*, *Pepa Pig* o *La Patrulla Canina*, pero de producción pública y propia. La generación entre los 16 y los 64 bits, era todavía capaz de sorprenderse ante el material intangible de la televisión y que consumía horas y horas de sueños en su propia lengua.

La era Abradelo

La idea del club de fans, de un público cautivo capaz de aceptar cada lanzamiento por encontrarse dentro del contexto, no perdió fuelle con el cambio de Gobierno autonómico. Todo lo contrario. En 1996, los tres presentadores son sustituidos por una reformulación del programa que pasa a llamarse **Babalà**. Con un breve paso de Paqui Rondán como presentadora única, la actriz y chica Lazarov **María Abradelo** se pone al frente del programa infantil. La madrileña que estaba arrasando con un programa de karaoke (*Canta, canta*) por los pueblos de la Comunitat, en pleno *prime time*, acogió la posibilidad como una oportunidad que califica como “la mejor experiencia de mi vida”. **Durante 10 años, Abradelo sorteó las críticas a su periodo de aprendizaje del valenciano y compatibilizó sus programas líderes de audiencia con la franja infantil:**

“para Canal 9 era importantísimo porque los niños son los dueños del mando a distancia. Ahora que soy madre lo sé”.

“Trabajar para el público infantil ha sido siempre mi deseo. En 1993 ya la pedí a Valerio Lazarov hacerlo en Telecinco, donde tenía un contrato por tres años. Creo que él no me veía en ese papel. Pero tenía claro que quería acabar haciendo programas para niños porque es la audiencia más sincera y la más agradecida. Por eso, cuando me lo dijeron en Canal 9 mi única preocupación fue compatibilizarlo con mis horarios de *prime time* en directo”, comenta a Tentaciones. **Abradelo abandonó Madrid “en una época en la que en Canal 9 se invirtió mucho económicamente y me convencieron para trabajar aquí”**, relación con València que todavía le une y se ha convertido en su lugar de residencia. “Yo sabía que iba a tener *feeling* con los niños. Los directos eran bestiales, por el impacto y por la ilusión de todos ellos. Ahora que llevo a mi hija al colegio, del que he sido tutora voluntaria durante 10 años, hay madres que me paran y me dicen, ‘yo crecí contigo’, ‘mi hija aprendió valenciano contigo’. Nada me puede hacer más ilusión”.

María Abradelo: “Profesionalmente, es lo mejor que he hecho en mi vida”

La inversión dio sus frutos y en la era Abradelo (1996-2006) más de 400.000 niños pasaron a tener el carné del Babalà. Es decir, una gran mayoría de la población infantil valenciana. La presentadora contaba con una especie de caravana para giras, azafatas y bailarinas incluidas y el despliegue económico no tocó techo durante años. “En mi curriculum hay años en los que hay programa de Babalà diario porque, además de platós (croma sempiterno) estaban los especiales, piscinas de verano, colegios... **profesionalmente, es lo mejor que he hecho en mi vida**”, concluye. El club se desbordó con el reparto de entradas a circos, cines, etcétera, además de los envíos de cumpleaños. Es el momento en el que, junto a a Abradelo, Babalà se convierte en un perro, un bull terrier animado que pasaría a ser el icono del programa hasta su extinción.

El gos Babalà

El número de cambios en el formato del programa es mucho mayor del que sus *socios* recuerdan. Tanto es así que, en la actualidad, Babalà se asocia al bull terrier que fue la mascota que acompañó a los presentadores con el cambio de siglo y no antes. En una etapa en la que el programa se manejaba con guionistas de la talla de **Lola Domingo, Rafa Rodríguez, Sergi Juan, Ferran Blanch o Paco Ballester**, el doblador del personaje animado, **César Lechiguero, dio el salto al interior de un enorme traje corpóreo de peluche**. Ballester insiste que “el éxito de Babalà en las grabaciones externas es difícilmente asimilable ahora. Los críos se comportaban como si estuvieran viendo a los Reyes Magos. **Para ellos el perro era como una estrella de rock al máximo nivel**”

Volvería el enésimo cambio de formato, con **Carme Juan** de nuevo (Nina) y **Toni Agustí** (Pau), que más tarde interpretarían Paco Trenzano y **Núria Herrero, actual protagonista**

de la versión teatral de *La llamada* en el Teatro Lara de Madrid. El papel de Babalà seguía siendo tan importante e influyente que, ya en aquella época, actrices valencianas como Iris Lezcano u Olga Alamán se presentaron al casting que logró Herrero.

-¿Por qué sus sketches eran capaces de influir a niños de muy distinta edad? -Paco Ballester: “En el guión intentábamos imbuir a Babalà de una mezcla entre inocencia e ingenuidad, propias de un niño, con cierta mala leche a la hora de tratar a Pau y Nina. **Era una especie de niño grande que toma el pelo y, a la vez, se deja tomar el pelo.** Creo que esa es la base del éxito que atraía tanto a niños de 3 á 5 años como a más mayores”.

Herrero cuenta a *Tentaciones*: “yo tenía el carné de Babalà y recuerdo que me hacía mucha ilusión lo que te enviaban por tu cumpleaños. También tener aquella primera tarjeta y el día de tu aniversario ver la tele por la mañana porque aparecía tu nombre”. Ballester y Herrero recuerdan que en aquella época, tras el paso de Abradelo, se decide llevar la grabación del programa a Alicante pese a que todo el equipo es de València. Semanas complejas y momentos de euforia y estrellas del rock algo más complicados, como la Noche de Reyes “que Sus Majestades bajaron en helicóptero en mitad de una plaza de toros con la arena entrando a los ojos de los niños y la escenografía volándose”. Esperanza Aguirre y Mariano Rajoy intentaron algo parecido una vez y tampoco pareció muy buena idea.

Rafa Rodríguez, actual editor del digital cultural Verlanga, asegura que “los dirigentes de Canal 9 nunca supieron el brillante en potencia que tenían con Babalà, un icono que, además, fue pasando de generación a generación sin acusar los innumerables cambios de formato. Nunca se aprovechó ese tirón, ni desde un punto de vista de *merchandising*, ni de establecer sinergias con los colegios o *escoles*, ni a la hora de desarrollar nuevos contenidos televisivos. Nunca se hizo un club tan potente como el de *Club Súper 3*”. Eso sí, el guionista pone en valor la libertad que les ofrecían sus directores: “nos incitaban a proponer cualquier cosa que se saliera de lo normal. Recuerdo un guión bastante irreverente que adaptaba el *Tirant lo Blanch* para niños en dos minutos, en el que había de todo, desde gamberrismo divertido a reflexiones sobre su identidad sexual”.

Él nos recuerda la influencia de los guionistas a través de la banda sonora de los *sketches*: “**pensar que algunos niños crecieron escuchando a Blondie, Family o Los Planetas tiene su gracia**”. ¿Y ahora? Reconocerán a su alrededor a niños que mantienen su fidelidad a *Bob Esponja* durante años. La permeabilidad a nuevos contenidos, a nuevos cánones parece más limitada, aunque la diversidad de canales es tan amplia que los casos son difícilmente comparables. Esa es la clave de la generación *millennial*, que compartió un rumbo en el que, aún teniendo en apariencia el mando (a distancia), fue teledirigida a unas vivencias comunes y que les siguen uniendo en conversaciones y ciertos gustos. Malos y buenos. **Un club con el que, además de valores, intuyeron las tendencias de moda, capturaron modelos de referencia, cantaron reggae, rock, rap y bakalao,**

ampliaron enormemente su vocabulario y al que están tan agradecidos que hoy muchos todavía conservan el carné en sus carteras.



De los treinta y muchos a los veintilargos, la huella de Babalà entre los *millenials* valencianos es acusada. Tanto que, en la era Facebook, existen grupos muy agitados que exigen la vuelta de *Bola de Drac* con la llegada de **À Punt** (la nueva radiotelevisión pública valenciana) y hasta en tiempo de elecciones lograron que el president Ximo Puig se comprometiera públicamente a que así fuera. La 'nueva RTVV' no hará uso de la marca Babalà y será **La Colla** la que trate de cautivar a los más pequeños a partir de su inminente vuelta a la TDT. De momento, ya ha empezado a acumular contenidos en su web donde podemos encontrar ecos del pasado con la producción propia *Els Bítors*. Los tiempos cambian, también sus protagonistas, pero el croma resiste.