

PLAYBOY

PRECIO EN CAPITAL Y GBA \$ 49.
RECARGO ENVÍO AL INTERIOR \$ 2.

30 preguntas a Mel Gibson • Entrevista: Daniel Hendler
Telos: la revolución sexual les dio y ahora les quita
Psicomagia en Ámsterdam • The Young Pope
Qubit.tv • Gay Talese • CES 2017
Sol, agua y Meli Engstfeld







**3 JUGADORES, 1 GIRO
PREMIOS A LO GRANDE, EN MINUTOS**

Presentamos Spin & Go de PokerStars, una nueva modalidad de poker
super veloz en donde podrás ganar grandes premios, rápido.





SUMARIO

- SEXO** ¿Cómo sé que ella es *ella*? Consejos y coordenadas para saber qué tan en serio va la cosa **10**
- TECH** La diva de la *Consumers Electronic Show* 2017 fue la tecnología doméstica **12**
- AUTOS** Se presentó un auto eléctrico que afirma ser más rápido que un Fórmula 1 **16**
- COMER** Hay más que cuatro quesos para elegir **20**
- BEBER** *Growlers*: la birra artesanal ahora también te la podés llevar a tu casa en galones **22**
- CINE** El Netflix argentino se llama Qubit.tv y su marca registrada es el séptimo arte **28**
- TELEVISIÓN** *The Young Pope*: la serie de Paolo Sorrentino que no es buena sino buenísima **30**
- LIBROS** Gay Talese se guardó un secreto durante años y por fin lo ha publicado **32**
- MÚSICA** The XX llega a Lollapalooza con un disco nuevo bajo el brazo **34**
- ESTILO** Auriculares en la sien y anteojos negros de carey **36**
- LA MADRIGUERA** *Porno-stats*: todo el mundo mira páginas para adultos y hay algoritmos que lo saben **38**
- FUTURO** Adonde vamos no necesitamos caminos: ¿estamos cerca del auto volador? **40**
- 30P** Estúpido y genial Mel Gibson **44**
- INFORME** Un telo para mi país: la industria del hotel alojamiento se enfrenta a una crisis pero no desperdicia su turno **48**
- TAPA** Agua, sol y Meli Engstfeld **56**
- VIAJES** Ámsterdam, psicomagia, un vestido y un amor **74**
- PICTORIAL** Capital de la montaña, mujeres lindas, gente gentil: quiero estar en Medellín **80**
- ENTREVISTA** Daniel Hendler vuelve a la pantalla grande pero esta vez como director **88**
- PLAYMATE** Una mañana con Enikő Mihalik **98**





PLAYBOY
ARGENTINA

PUBLISHER
BLACK SHEEP MEDIA S.A.

DIRECTORES. Juan Meryn y Bryan Droznes.
DIRECCIÓN. Ayolas 494, CABA.

STAFF REVISTA PLAYBOY

DIRECTOR EDITORIAL. Tomás Rodríguez Ansorena.
DIRECTORES DE ARTE. Sol Moschetti & Juan Francisco Silva Traverso.
COORDINACIÓN EDITORIAL. Abril Correa Leveratto.

EJECUTIVA DE CUENTAS. Keren Ciaffoni.

COLABORAN EN ESTA EDICIÓN

REDACCIÓN. Ricardo Sametband, Gastón Leturia, Luis Lahitte, Hernán Panessi, Pablo Corso, Paz Azcárate, John Albert, Rüdiger Sturm, Alejandro Lingenti, Ezequiel Siddig y Alejandro Galliano.
FOTOGRAFÍA. Angie Monasterio, Melissa Cartagena e Ignacio Sánchez.

EL CONTENIDO DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS Y DE LAS NOTAS NO ES RESPONSABILIDAD DEL EDITOR, SINO DE LAS EMPRESAS Y/O FIRMANTES. LA EDITORIAL SE RESERVA EL DERECHO DE PUBLICACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PUBLICIDAD. LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE CUALQUIERA DE LOS ARTÍCULOS, SECCIONES O MATERIAL GRÁFICO DE ESTA REVISTA NO ESTÁ PERMITIDA.

año 11 # 133 (publicación mensual)

PLAYBOY ENTERPRISES, INTERNATIONAL

EDITOR-IN-CHIEF. Hugh M. Hefner.

U.S. PLAYBOY

CHIEF EXECUTIVE OFFICER. Ben Kolm.
CHIEF OPERATING OFFICER. David Israel.
CHIEF MARKETING OFFICER. Jared Dougherty.
CHIEF DIGITAL OFFICER. Philip Morelock.
CHIEF OPERATING OFFICER. Cooper Hefner.
EDITORIAL DIRECTOR. Jason Buhrmester.
ART DIRECTOR. Mac Lewis.
PHOTO DIRECTOR. Rebecca Black.

INTERNATIONAL PUBLISHING

SVP/CONTENT LICENSING & RIGHTS. Mike Violano.
PUBLISHING SERVICES MANAGER. Mary Nastos.
DIGITAL ASSET MANAGER. Gabriela Cifuentes.

© 2017 BLACK SHEEP MEDIA

© 2016, 2017 PLAYBOY, AS TO MATERIAL PUBLISHED IN OCTOBER AND DECEMBER 2016 AND JANUARY/FEBRUARY 2017 U.S. EDITIONS OF PLAYBOY © PLAYBOY, PLAYMATE, PLAYMATE OF THE MONTH, PLAYMATE OF THE YEAR, RABBIT HEAD DESIGN AND FEMLIN DESIGN ARE TRADEMARKS OF AND UNDER LICENSE FROM PLAYBOY ENTERPRISES INTERNATIONAL, INC.

DISTRIBUCIÓN EN CAPITAL FEDERAL Y GBA. Vaccaro, Sánchez & Asoc., Moreno 794, 9º, Buenos Aires, Argentina. T. 4342-4031.

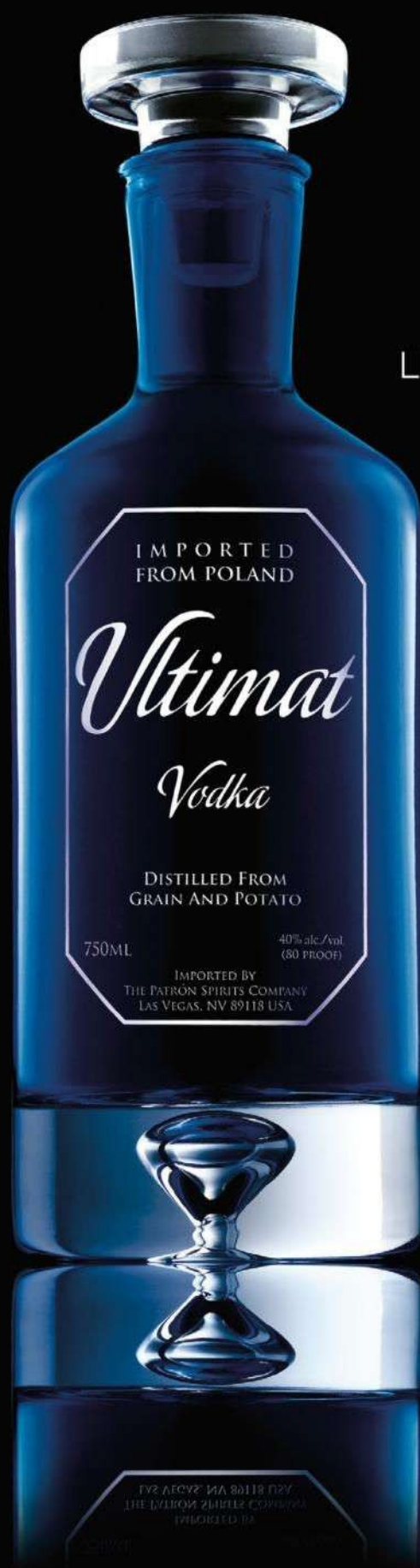
DISTRIBUCIÓN EN EL INTERIOR, URUGUAY Y CHILE. Distribuidora Austral de Publicaciones S.A., Isabel la Católica 1371, Buenos Aires. 4301-0701.

IMPRESIÓN. Galt S.A., Ayolas 494. Tel: 4303-3723. www.galtprinting.com.

LA REVISTA PLAYBOY ARGENTINA Y SUS CONTENIDOS SON PROPIEDAD DE BLACK SHEEP MEDIA S.A.

INSTAGRAM @PLAYBOY_REVISTA
TWITTER @PLAYBOY_REVISTA
FACEBOOK PLAYBOY REVISTA
MAIL INFO@PLAYBOYREVISTA.COM





LIVE ULTIMATELY

DISTRIBUIDO POR WINE-SUPPLY. BEBER CON MODERACION. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.



N°1 • DÉCEMBRE 2016

CLICK

ENTERTAINMENT FOR FRENCH LOVERS

PLAYBOY

L'AMOUR À LA FRANÇAISE
PAR BRIGITTE LAHAIE,
TRISTANE BANON,
GEORGES BATAILLE

MYRTILLE
COVER GIRL
PAR MATHIEU CESAR

DONALD TRUMP
"JE NE VEUX PAS ÊTRE PRÉSIDENT"

ALERTE À LA SCOPO !
ENQUÊTE SUR LA
DROGUE DES VOLEURS

**VOULEZ-VOUS
TESTER LE SHIBARI ?**
L'EXPÉRIENCE EXTRÊME QUI VOUS LIGOTE

M 04326 - 1H - F: 6,90 € - RD

FRANCE METROPOLITAINE : 6,90 € - BE : 8,50 €
LU : 8,50 € - SUISSE : 11,40 CHF - CA : 13,40 CA\$

6 años después de su última aparición, Playboy Francia ha regresado a los quioscos de revistas con la hermosísima Myrtille Revemont en tapa. De esta manera se suma a los 22 países que, incluida la Argentina, editan la versión local del proyecto editorial que fundó Hugh Hefner en 1953. El próximo integrante de esta gran familia será Corea del Sur, que anunció la salida de su edición debut -la primera en la historia del país asiático- en los próximos meses. Bienvenidos.

LUXARDO



*Luxardo
nunca
pasa de
moda*



Girolamo Luxardo S.p.A.

Torreglia (Padova) - Italy

www.luxardo.it

Importa y distribuye en Argentina :

DELLEPIANE S.A. www.dellepiane.com.ar

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

Dame una pista, algún rastro

¿Estamos en la misma o estoy flasheando?

P. *Estoy saliendo con alguien hace más de dos meses y me vuelve loco. Nos vemos varias veces por semana y ella suele quedarse a dormir en mi casa. Ya conocí a sus amigos y hasta le cuidé al gato un fin de semana cuando se fue de viaje. Asumí que éramos exclusivos, pero hace poco un amigo la vio en Tinder. ¿Estuve mal en pensar que estábamos oficialmente en pareja? ¿Cómo puedo plantear la cuestión sin quedar como un boludo?*

R. Ah, sí: el amor en la era moderna. Navegar la transición entre la cita casual y la pareja oficial no es tan fácil como antaño. Hoy por hoy, es mucho más difícil saber cuándo son “oficialmente oficiales”.

Primero lo primero: si me pedís que cuide a tu gato mientras estás de viaje, yo también consideraría que tenemos algún tipo de intimidad propia de una relación exclusiva. Vos lo hiciste sin saberlo y sólo por eso ya sos un gran tipo. ¿Ella se dio cuenta? Empezá preguntándole si la relación es recíproca. ¿Ella también tiene gestos con vos? Las acciones hablan más que las palabras, así que buscá pequeñas señales. ¿Ella es generosa y dadivosa o prefiere recibir (y nada más que recibir)? ¿Ella cuidaría a tu gato? No inviertas tiempo, esfuerzo y plata en alguien que nunca lo retribuye. Las banderas rojas son fáciles de ignorar al principio de una relación y puede ser duro enfrentarlo, pero es mejor hacerlo ahora que darte cuenta una vez que ya están viviendo juntos y un día te despiertes al lado de un

súcubo: un demonio con rostro de mujer.

Pero démosle a tu quizás-novia el beneficio de la duda. Hay una chance de que haya olvidado legítimamente su cuenta de Tin-

der. Mirá el lado bueno: su Tinder activo puede ser señal de que en lo único que está pensando, aunque parezca irónico, es en vos.

La habilidad de comunicarse abiertamente es la piedra angular de toda relación saludable. Si no podés tenés una conversación honesta sobre hacia dónde está yendo su relación, no vas a poder hablarlo una vez que ya estés ahí. Decile la verdad: a tu amigo le apareció su perfil en Tinder y querés asegurarte de que están en la misma página. Enfrentá los hechos pero no seas agresivo. Preguntale si debería tomarte este romance tan seriamente como lo estás haciendo.

Finalmente, ¿ella sabe que te vuelve loco? Por lo que contás, puede estar teniendo los mismos sentimientos y vos no tenés idea. Los humanos hacemos cosas raras cuando empezamos a salir con alguien: esconder nuestras emociones detrás de un velo de inseguridad es una de ellas. Tal vez no está segura de que vos hayas borrado tus apps de levante. Y tal vez no te haya preguntado porque teme la respuesta.

Es probable que estemos muy lejos del cortejo tradicional, pero la era digital no necesariamente excluye la posibilidad de armar una ceremonia al volverse exclusivo con alguien. La próxima podés intentar esto: cocinen una rica cena, prendan algunas velas, elijan una *playlist* sexy en Spotify y hagan cucharita mientras borran Tinder al mismo tiempo. ■



POR **BRIDGET PHETASY**

der. Yo uso apps de citas esporádicamente (cuando estoy aburrida, cuando necesito levantarme el autoestima, cuando me siento sola) pero no me mandan notificaciones ni mails. A veces, no me conecto durante meses. Podría estar saliendo con el hombre de mis sueños durante semanas antes de acordarme de desactivar mis

EVERY ISSUE. EVER.

THE COMPLETE PLAYBOY ARCHIVE



*Access the ultimate stack of Playboys, from the first issue
to the latest — only on iPlayboy.*



TAKE A FREE 14-DAY TRIAL AT
iPLAYBOY.COM/FREE-TRIAL



TECH

Una casa con diez gadgets

CES 2017, la feria de tecnología más importante del mundo se metió de lleno en nuestros hogares





HI MIRROR



KURI

“Lo que pasó en Las Vegas”, en este caso, no quedó en Las Vegas. Llegó a todos lados. La CES 2017 (*Consumer Electronics Show*), que cada año se desarrolla en esa ciudad, presentó las últimas novedades tecnológicas al mundo. Este enero tuvo lugar su edición número 50 y celebró su medio siglo rompiendo récords propios con 3800 empresas expositoras, 230.000 metros cuadrados y más de 165.000 visitantes de 150 países del mundo que llegaron para ver -y contar, y negociar la compra de- la tecnología más avanzada del momento. Televisores de 3 mm de grosor, las notebooks más rápidas del mercado, drones minúsculos e incluso uno subacuático, autos superpoderosos e inteligencia artificial. Pero hubo un segmento que se destacó especialmente en esta feria: la tecnología doméstica. Con tres nuevas áreas enfocadas en el sueño, la belleza y la energía inteligente, los hogares del mañana tienen reservados para sí algunas innovaciones interesantes, otras a priori superficiales y otras simplemente increíbles.

POR **RICARDO SAMETBAND**

¿ALGUIEN EN CASA?

En el episodio número XII de “La casita del horror” de *Los Simpson*, el habla británico de Pierce Brosnan le ponía personalidad al sistema de control por voz de la casa de la familia amarilla en la Avenida Siempreviva. Una casa inteligente (*smart-home*) no es necesariamente una casa que hable, pero la idea circula notablemente en el inconsciente colectivo. Alexa, como el Cortana de Microsoft, el Siri de Apple y el Google Assistant, es el software de reconocimiento por voz de Amazon. Y, en la CES de este año, estuvo en todos lados. La compañía inició una campaña agresiva para instalar el software en productos de otras marcas y así, Alexa está incluido en la heladera inteligente de LG, capaz de escuchar una lista de las provisiones que falten y hacer las compras por internet. Alexa también es el software que conduce a Lenovo Smart Assistant, un dispositivo al que le podés preguntar por el clima, pedirle que encargue una pizza, pon-

ga música, lea las noticias, tus mails o –si tu casa es suficientemente *smart*- que suba la calefacción y apague las luces. Cuesta USD 170 en los Estados Unidos.

NIÑERA SOBRE RUEDAS

Si estás planeando ser padre este año, tené en cuenta que en diciembre llega Kuri, el robot niño y vigía creado por Bosch. Pasea por la casa con unas ruedas que se adaptan a todo tipo de terreno y pisos, y registra, con una cámara, qué hacen los niños, las mascotas, etcétera. Tiene reconocimiento facial para detectar a quién tiene enfrente y le puede contar cuentos a los chicos, tomar fotos y grabar videos. Además vuelve a su estación cuando tiene poca batería. Tendrá un precio de USD 699.

EL DENTISTA EN TU BAÑO

Ara es un cepillo de dientes con inteligencia artificial que hace Kolibree: permite que su dueño conozca el estado de su boca con solo

TECH



SLEEP NUMBER



HYDRAO LOOP



KOLIBREE



SMART ASSISTANT



THE HAIR COACH

cepillarse. Se sincroniza con tu teléfono vía Bluetooth, y además de mostrarte dónde no llegaste con las cerdas, te informa el estado de tu dentadura y analiza los datos para alertarte de un posible problema antes de ir al dentista. Estará en venta a mitad de año.

LAS RAÍCES Y LAS CEPILLADAS

En una línea similar, L'Oreal presentó The Hair Coach, un peine inteligente que permite mejorar la técnica de peinado escuchando el pelo del usuario. Grabando el sonido del cepillado, el peine es capaz de detectar cuándo el pelo se quiebra, e incluso vibra si te estás peinando demasiado fuerte y estás dañando el pelo.

Luego, se conecta por Wi-Fi o Bluetooth a una aplicación que brinda la información sobre la calidad del pelo y los efectos de la técnica de peinado del usuario. Estará disponible en la próxima primavera.

ESPEJITO, ESPEJITO

Los japoneses de New Kinpo Gruop (NKG) presentaron Hi Mirror, un espejo para el baño de 28 por 41,6 centímetros que usa una cámara integrada para examinar tu piel cada mañana y en base a eso brinda métri-

cas y consejos sobre su cuidado. También te notifica cómo está el tiempo, te muestra el calendario del día y podés poner música vía Spotify. Estará disponible en octubre.

DUCHA BLUETOOTH

El baño también puede recibir una dosis de tecnología del lado de la ducha: la Hydrao Loop tiene una luz incorporada que va cambiando de color con el tiempo, para que sepas que es hora de salir y no malgastes el agua (y pagues menos en la factura). Gracias a su conexión Bluetooth, también podés prender la ducha desde la cama para que se vaya calentando el agua. Precio: entre 100 y 200 dólares en EE.UU.

DULCES SUEÑOS

Mucho mejor que las pastillas para dormir es el colchón inteligente de la empresa Sleep Number: tiene sensores en su interior y un software capaz de aprender de los hábitos de los usuarios y ayudarlos a descansar mejor: calienta el colchón en invierno, ajusta su dureza para que tu espalda esté en la posición adecuada sin importar tu altura y evita los ronquidos. Estará disponible en la segunda mitad del año.

TECNOLOGÍA PARA ARMAR

Hace tiempo que los Lego dejaron de ser exclusivos de niños. Así que si tenés los tuyos pero querés separarte del "juego con Legos" (que no está mal, ojo), o si querés sorprender a tus hijos con algo un poco más complejo, podés apelar a Lego Boost: un kit que permite convertir cualquier cosa que hayas armado en un robot, gracias a su conjunto de motores programables: podés armar una guitarra, un robot, un perro, un auto, etcétera; tiene sensores de distancia y movimiento. Precio: 159 dólares.

SONIDO A TODA PANTALLA

Sony presentó su nuevo televisor Bravia OLED A1E: es muy delgado, tiene resolución 4K y HDR (una nueva tecnología que suman las teles este año, y que mejora la visualización de zonas oscuras o muy claras) y Android TV. Pero lo más notable es que no tiene parlantes: todo el panel de vidrio de la pantalla vibra para generar el sonido. Por supuesto, también podés conectarlo a un amplificador. Estará disponible en modelos de 55 pulgadas o más. ■

¿QUÉ HACE
LATIR MÁS FUERTE
A TU CORAZÓN?



ENRIQUE IGLESIAS

ADRENALINE
THE NEW FRAGRANCE



¿Sueñan los hombres con autos eléctricos supersónicos?

El FF91 de la enigmática automotriz Faraday Future promete ser más rápido que un Fórmula 1.

Difícil, cada vez más, predecir el futuro. Ni las encuestadoras, con sus herramientas de última tecnología, pegan un nuevo presidente en el corto plazo. Cuando hace un par de décadas en Silicon Valley, California, la aventurera compañía Tesla se puso como norte la fabricación de vehículos eléctricos premium en serie, nadie imaginaba que apenas unos años después surgiría una competidora directa. La norteamericana Faraday marcó uno de los puntos altos durante la CES 2017 (*Consumer Electronic Show*) que se hizo en Las Vegas y repartió asombro para todo el mundo. Allí desembarcó con su FF91 y una promesa: acelerar más que cualquier modelo de serie actual e incluso más que un Fórmula 1.

Su imagen de SUV ultra deportivo es muy particular, con dimensiones que indican un largo de 5,25 m, un ancho de 2,28 m y un alto de 1,6 m. El auditorio de la *city* del juego y la noche no pudo ocultar el asombro cuando se habló de su propulsión: cuatro motores, uno para cada rueda, por lo que cuenta con un eficiente sistema de tracción total y hasta 1.800 Nm de par instantáneo (o torque) gracias a una potencia final de 1.050 caballos de fuerza. Faraday garantiza que eso le permite acelerar de 0 a 100 km/h en 2,39 segundos. De ser así, estamos ante el auto de serie más veloz del planeta. Otro punto clave en donde Faraday rompe barreras en el segmento es su autonomía. Por ese lado también se marcó una medida precisa. Según Faraday, el FF91 contiene un paquete de baterías

del fabricante LG Chem que le permite un andar promedio de 600 kilómetros. Y no solo eso: sus tiempos de recarga también son poco comunes. Si se conecta a una red doméstica, en 4 horas y media se completa el 50 % de su capacidad. Otro rubro que día a día crece en la industria automotriz es el de la conducción autónoma. El FF91 tiene trece radares de corto y largo alcance, doce sensores ultrasónicos, diez cámaras de alta definición y un radar 3D LiDAR, que hace una lectura de 360° alrededor del vehículo. Faraday asegura que se le podrá ordenar estacionar solo, sin nadie al volante.

Tras su lanzamiento, la firma abrió un canal de reservas en su sitio web previo depósito de 5 mil dólares. La referencia final que sirvió para inflar el pecho de los directivos de Faraday tuvo la mira puesta en la Fórmula 1. En la máxima categoría del automovilismo mundial, el último dato oficial pertenece al equipo Red Bull, que informó que su monoplaza (el RB11 de 2015) hacía el 0-100 en 2,6 segundos. No hace falta hacer la cuenta.

VERSUS

El primer Tesla apareció en 2006. Rompió el hielo, también el molde. Elon Musk, el sudafricano prodigio detrás del proyecto, ya había probado su extraordinariedad en este mundo de mortales confundiendo PayPal y SpaceX, su compañía de exploración espacial. El sueño de un auto eléctrico fue bautizado con el nombre del ingeniero/inventor

de origen serbio que, entre otras maravillas, descubrió la corriente alterna. Y, gracia del destino, igual que Nikola Tesla y su histórica rivalidad con Thomas Alva Edison, Elon Musk parece haberse conseguido un competidor respetable. Todas las grandes compañías ya han largado en la carrera del auto eléctrico, pero lo de Faraday es especial: es como si hubiera sido concebida en espejo. También está en California, en la idílica localidad de Gardena. Su nombre es un homenaje a Michael Faraday, el científico inglés que descubrió y formuló las leyes que explican la inducción electromagnética, principio fundamental de la electricidad. El hombre detrás del financiamiento de Faraday se llama Jia Yuetung y es el fundador y principal accionista de LeEco, conocida como la "Netflix china" pero que, además del *streaming*, tiene negocios en todos los nichos de la comunicación y en la fabricación de consumo electrónico. Yuetung es el decimoséptimo hombre más rico de China y sus ambiciones en el mercado lo han llevado a anunciar la producción de otro auto eléctrico. Su nombre es LeSEE (mientras "Le" es la voz china para "feliz", "SEE" es el acrónimo de *Super Electric Ecosystem*) y es otra de las amenazas orientales para el tradicional poderío occidental en la industria automotriz. Habrá que esperar para todo esto porque si las rencillas verbales entre Donald Trump y Elon Musk han atemorizado a algunos entusiastas de Tesla, la empresa de un multimillonario chino no asegura una mejor suerte.■





Alta en el cielo

Moto Guzzi llega al país junto con sus nuevas primas del Grupo Piaggio: Vespa y Aprilia.

La legendaria marca italiana Moto Guzzi fue fundada el 15 de marzo de 1921 por dos pilotos de aviación asignados al mismo escuadrón en las afueras de Venecia y un mecánico de nombre Giovanni Ravelli. Carlo Guzzi y Giorgio Parodi ya habían acordado utilizar como logotipo para su empresa un águila como la del Servicio Aeronáutico del Ejército Italiano, que hoy es ícono y símbolo de un auténtico “*life style rider*”. En 2004, cuando la marca fue adquirida por

el Grupo Piaggio, éste se convirtió en el mayor fabricante de motocicletas de Europa. Y ahora ha llegado a la Argentina, de la mano del Grupo Antelo, para la comercialización de sus modelos en los novedosos Motoplex, puntos de venta creados por y para *riders*. Todas las marcas del grupo Piaggio (la propia Piaggio, Vespa, Aprilia y la que nos ocupa en este envío) están en estos centros ubicados, en principio, en la Ciudad de Buenos Aires, el Gran Buenos

Aires, Córdoba y Rosario. Por su parte, el Centro de Distribución y Servicio Exclusivo de unidades, repuestos y accesorios está ubicado en Tortuguitas.

Los principales exponentes de Guzzi son sus potentes V7 y V9, valga la redundancia, características por su motor en V. La misma configuración tiene la imponente Audace (foto), con 1380 cc de cilindrada. Un corcel oscuro para hacer temblar la carretera. ■

ODDKA®

EXPERIMENTÁ LO NUEVO EN VODKA



ORIGINAL

ELECTRICITY

APPLE PIE

TWISTED
MELON

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.
ODDKA ORIGINAL VODKA - ODDKA ELECTRICITY, APPLE PIE & TWISTED MELON: CÓCТЕLES A BASE DE VODKA.



Más que cuatro quesos

En el país se elaboran quesos exóticos y gourmet, desconocidos para el gran público, pero que cuentan con un nicho de fanáticos. A continuación, algunas de las rarezas lácteas más exquisitas de estas praderas.

Es difícil que alguien no coma queso en la República Argentina. Según datos de 2014, el país es el séptimo productor a nivel mundial y el consumo per cápita es de 12 kg anuales, el mayor de Latinoamérica. Pero por optimistas que resulten estas cifras, en cuanto a variedades, las góndolas de los supermercados sufren de una extrema pobreza: las figuritas repetidas son Port Salut, Cuartirolo, Muzzarella, quesos untables y en barra. Además de los infaltables quesos de picada, como el Pategrás o el Mar del Plata, en algunos locales más exclusivos puede avistarse un Brie o un Camembert de factura nacional, pero bien lejos de la infinidad de opciones que existe en Francia y que ha-

POR **LUIS LAHITTE**

cía decir al General De Gaulle: “¿Cómo se puede gobernar un país que tiene más de 300 variedades de quesos?”.

Sin embargo, en lo que va del siglo, algunos productores argentinos decidieron dar un salto adelante y comenzar a elaborar alternativas menos ortodoxas, pequeñas producciones limitadas y atípicas que los paladares negros saben apreciar. Entre las más exclusivas están el **Mimolette** de Santa Águeda, especialista en quesos de oveja pero que ha sabido encontrar nichos. Se trata de un queso nacido en Pas-de-Calais, en el norte de Francia, hecho con leche de vaca, de pasta dura y con un tenor graso del

40%. Eduardo y Ana Zurro, “los padres de la criatura”, lograron esta maravilla de forma redonda y corteza de llamativa coloración naranja, producto del achiote. El Mimolette es untuoso, blando y afrutado cuando es joven, pero a medida que envejece se endurece y gana en picor. Se vende casi exclusivamente a gastronómicos y el precio del kilo es de \$ 210.

Otra de las curiosidades de Santa Águeda (instalada en Las Flores, Pcia. de Buenos Aires) es el **queso de búfala**. ¿Cómo es eso de ordeñar a un búfalo en el país de las vacas? Cuenta Ana Zurro que, 40 años atrás, la familia Noguera trajo búfalos desde Brasil, un ganado todoterreno que se adecúa a situaciones climáticas



extremas. De hecho, en el sur de Italia hay muchos pantanos y el vacuno que mejor se adapta es el búfalo, de donde se obtiene la legendaria “*mozzarella di bufala*”. Contra lo que se pueda pensar, el resultado es un queso muy suave y cremoso, ya que también tiene un alto tenor graso, lo que en ocasiones dificulta su maduración. Es de color blanco inmaculado porque la leche de búfala carece de pigmentos. El precio por kilo ronda los \$300.

El **P'yramid** es otra perla local de origen francés. Es una pequeña horma de queso de cabra en forma piramidal. Cuenta la leyenda que Napoleón, tras su regreso de la campaña de Egipto, paró en Valençay, ciudad donde se produce el queso en cuestión. Ante la vista de la pirámide láctea, le sobrevino un ataque de ira, desenvainó el sable y le arrancó la punta. Será por eso que el P'yramid tiene forma de pirámide inacabada... En Córdoba lo produce la familia de José Ignacio Romero Díaz, en la Alquería Santa Olalla, a partir de la excelente leche que dan las cabras Anglo-Nubian. El resultado es un queso de pasta blanda, graso y de tenue aroma caprino. El precio del kilo es de \$ 400, aproximadamente, y se consigue en almacenes de delicatessen.

Otro caprino de excelencia es el **Lusignan** que elabora Cabaña Piedras Blancas en Suipacha. En Francia es conocido como “*Rond de Lusignan*” y proviene de la zona montañosa de Poitou-Charentes, ideal para la cría de cabras. Originalmente se hacía con leche cruda, sin pasteurizar, pero en la Argentina está prohibido comercializar estos quesos en esas condiciones. Piedras Blancas pasteuriza su leche y aún así no se advierte desmedro en la calidad del producto. El resultado es un queso refinado, de un blanco radiante, cremoso, que se desintegra en la boca, con un tenue sabor láctico y caprino. El precio del kilo es de \$ 499.

Entre su variado repertorio, Piedras Blancas cuenta además con un **Ligne Noir** (en Francia se lo llama “*Morbier*”), de pasta semi dura y un 50% de tenor graso, con una sugestiva línea negra que atraviesa el queso hecha a base de carbón vegetal alimentario. Tiene aromas sutiles cuando es joven, pero cuando evoluciona gana en pungencia, con un dejo “mórbido” al final, característica que le da el nombre. El precio del kilo es de \$ 290.

Sin embargo, si de rarezas se trata, Mauricio Couly, el maestro quesero más audaz,

cuenta con un **Patagonzola**, un queso azul similar al Gorgonzola italiano pero hecho con un 70% de leche de vacas Jersey y un 30% de leche de oveja. Es un queso de pasta blanda, muy cremoso, con tres meses de estacionamiento. Tiene un sugestivo color marfil y vetas verdosas azuladas, amén de las cavernas que forma el “penicilio”. Lo vende principalmente a restaurantes (Tegui, Sucre, Cucina Paradiso), aunque está en tratativas para comercializarlo en una conocida charcutería de lujo. El kilo cuesta \$ 450. Couly también está experimentando con hormas de 30 kg de quesos tipo Gruyère y Compté.

El **Rebleusson** de Fermier es otro estupendo peso pesado de la *frommagerie* local. También se produce en Suipacha, inspirado en el Reblochon de la Alta Saboya, un queso del siglo XV que los campesinos hacían con la leche del segundo ordeño, más grasa y cremosa, a espaldas del señor feudal, a quien daban solo la primera leche. Es un estupendo queso de pasta semi blanda, plano y redondo, de corteza amarilla azafranada, que tiene un aroma que raya lo fétido, pero que en boca resulta sumamente suave y agradable. Se consigue en almacenes de delicatessen y el precio del kilo es de \$ 438. ■



La revolución del galón

Como un spin-off de la creciente (y casi insoportable) movida artesanal que invade Buenos Aires y, en menor medida, el resto del país, la birra tirada ya no se toma solo en bares: la posta ahora son los growlers.

No existe una estadística oficial que lo confirme. Algunos dicen que abrió un bar cervecero cada dos días; otros, más precisos -es el caso del portal *Aires de Bares*-, aseguran que el conteo de microcerveceras y bares abiertos al público en 2016 se eleva a 64 locales (uno cada cinco días, aproximadamente). Y esto solo en

POR
**ABRIL CORREA
LEVERATTO**

Buenos Aires. En provincias como Córdoba y Santa Fe, la tendencia se reproduce: en Rosario, por ejemplo, la prensa vernácula sostiene que inauguraron 22 bares dedicados a la cerveza artesanal en el último año. El fenómeno ya es innegable: los argentinos estamos tomando birra de pequeños y medianos productores como

nunca antes.

Según datos de la Cámara de la Industria Cervecera Argentina (que nuclea a los principales productores industriales, como Quilmes, Isenbeck, CCU y otros), en nuestro país se bebían 43 litros per cápita al año, representando el 50% del total de bebidas alcohólicas consumidas, hasta



2015, cuando disminuyó a 40 litros. Pero, paralelamente, se duplicó el volumen de cerveza artesanal producida por más de 500 emprendimientos distribuidos en el territorio nacional. Desde entonces, el mercado sigue siendo prometedor y el crecimiento se sostiene en un 40% (según dicen los cerveceros de Mar del Plata, la región productora más importante de Buenos Aires y donde, dicho sea de paso, se va a celebrar el primer Congreso Argentino de Cerveza Artesanal, el próximo 4 y 5 de agosto). Con esa leve disminución del consumo de marcas industrializadas y la feroz imposición de las artesanales en los bares, las grandes compañías responden como pueden: incorporan a sus portafolios y a las góndolas marcas *premium* e importadas. También existen casos aislados como el de Heineken, que tuvo un bar *pop-up* dentro de otro (Festival, en Palermo), y el de Cerveza Patagonia: en una agresiva acción a escala nacional, la marca industrial más cercana al segmento artesanal abrió ¡22! locales propios, casi simultáneamente, a los que ha resuelto llamar “Refugios” y se

ubican en CABA, Nordelta, Maschwitz, Mar del Plata, Cariló, Pinamar, La Plata, City Bell y en tres localidades de Córdoba.

DEL BARRIL A LA MESA

Sin carta de platos, sin tragos de autor, sin servicio de mesa, con poco espacio para sentarse y con una permanente turba de gente en la vereda: la postal de este tipo de negocio es, a esta altura, arquetípica en barrios como Palermo, Villa Crespo o San Telmo, en Capital, o en cualquier zona concurrida de una ciudad -quizás no tan grande. Lo que antes era una propuesta inusual -juntarse cada tanto en alguna sucursal de Antares, marca pionera en el rubro-, hoy es ritual *millennial*: una, dos, tres veces por semana o más, la Generación Y se da cita en lugares incómodos y superpoblados para tomar una IPA recién tirada y comer, con suerte, una buena hamburguesa o un *snack* contundente. Un bar tras otro intenta redoblar la apuesta. Van de la singularidad de la producción propia (Breoghan y Jerome, por citar solo dos ejemplos) a la

oferta de canillas récord -multicanillas con diez, quince o veinte estilos elaborados por microcerveceras-, pasando por cervezas curiosas, propuestas gastronómicas más atractivas y la gran nueva explosión: los *growlers*.

“En los últimos años, se empezó a ver más frecuentemente este envase, exhibido al lado de las canillas en cervcerías de todo el país, ya que es un formato económico que transporta a donde vayas casi dos litros del producto que las microcerveceras artesanales solo pueden embarrilar”, explica Santiago Mateo, responsable de marketing de la cadena Cervelar, sobre los jarrones de vidrio (marrón oscuro, para filtrar los rayos UV) que permiten llevar cerveza del bar al hogar, tirada, fresca y a un precio bastante más conveniente que el de la pinta promedio. Tienen capacidad para 1.9 litros, respondiendo a la medida original, en galones (1 galón es 3.8 litros y medio galón -un *growler*-, la mitad). En Cervelar, con nueve sucursales a lo largo y ancho de la Capital, el botellón cuesta \$209 y su recar-

BEBER



ga, de cualquiera de las birras disponibles, tiene un costo de \$200. Es decir: un 60% menos de su equivalente en pintas (de 500 cc, a \$80 cada una). La única condición es que sí o sí debe llevarse para tomar en casa, por razones lógicas. Una maravilla de la comunidad cervecera: el *refill* de tu *growler*, aunque tenga la estampa de un bar en particular, lo podés hacer en cualquier cervecería que te guste, previa limpieza a fondo del envase. “Está creciendo tanto el auge que estamos cortos de stock y ya pedimos 1000 más. Esperamos que eso nos dure seis meses. La gente lleva cada vez más para su casa y es usual que tengan dos: así se llevan dos estilos distintos una vez por semana para asados o cenas”, asegura Mateo.

Como Cervelar, hay muchos: Antares fue el primero en sumar esta modalidad en 2013 y la conserva hasta hoy (\$210 la recarga); On Tap (\$210) y el recién remodelado Buller (\$200) también se sumaron a la ola *growlera*. Incluso los “Refugios” de

Cerveza Patagonia ostentan *growlers* entre sus opciones. No tardó en llegar, tampoco, un lugar especializado en este formato. Se llama Burton Estación de Cerveza, abrió a fines de enero en una pequeña propiedad en Laprida 1770 (Recoleta), ofrece a \$100 el botellón y cuesta \$160 el *refill* de siete tipos de cerveza.

Pero, tal vez, el que mejor encarna la identidad del movimiento es Growlers, bar homónimo y una de las aperturas más resonantes de 2016, con domicilio en Gurruchaga 1450, Palermo. “El concepto de nuestra cervecería se inspira en el mismo significado de la palabra ‘growler’: como medio de transporte de la cerveza artesanal -dice Manuel Migaraya quien, además de socio y sommelier, es chef del lugar-. Destaca el medio que hace llegar la cerveza desde los productores hasta el consumidor, en un entorno y con complementos de producto que determinan la experiencia. Además, es un nombre en el cual la

tradición tiene un papel muy importante: podemos ver *growlers* desde las vasijas de los monjes de la abadía, característicos de cervezas tan vigentes como la Tripel. En nuestro local, esa tradición es fundamental”. En una esquina de dos pisos, con las ineludibles mesas altas en la vereda y una terraza siempre desbordada, Growlers cumple al pie de la letra con su intención: sus botellones (\$200 tanto para la compra como la recarga) se pueden colmar con 20 estilos de cerveza artesanal proveniente de productores conocidos -y no tanto- de la escena local. Gambrinus, Kraken, Antares, Berlina, Nuevo Origen, Dust, Cork, Finn, Pacheco, Crafter; IPA, APA, Honey, de trigo, Stout, Barley Wine: estos son algunos de los estilos y marcas que dicen presente en su barra y se pueden pedir para llevar. “Por la rotación de gran variedad de cervezas, Growlers es una vidriera de este producto que hace años viene mejorando, aumentando en cantidad y en calidad, y que es netamente nuestro: argentino”. ■



BOOK A PLAYMATE FOR YOUR NEXT EVENT

CORPORATE EVENTS
TRADE SHOWS
PRODUCT CAMPAIGNS
NIGHT CLUB APPEARANCES
SPORTING EVENTS
FEATURE FILM & TV
ADVERTISER VIDEO & PRINT
FASHION FOR EDITORIAL

PLAYMATEPROMOTIONS.COM





La nariz del millón

¿En qué se distingue un buen vodka? Probablemente, en tener a un hombre como Per Hermansson detrás.

Per Hermansson es el maestro mezclador de Absolut, el vodka sueco, quizás el más famoso del mundo. Su principal arma es la nariz, con la cual sabe distinguir centenas de aromas, a través de los cuales ha sabido desarrollar las variantes saborizadas de la marca, quizás su sello más distinguible. Si sirviera la analogía musical, la de Hermansson es una nariz absoluta. Desde hace 35 años se dedica al análisis sensorial y hace poco más de 20 inauguró ese área específica para la compañía europea. Además, estudió economía, sociología y psicología. Por eso, la singularidad de Hermansson tiene un valor agregado: se puede detectar a qué huele, a qué sabe algo, pero lo difícil es darle sentido. Durante su reciente visita a Buenos Aires, a propósito del lanzamiento del exquisito Absolut Elyx, tuvo la gentileza de responder unas preguntas y sacarnos algunas dudas.

PLAYBOY: ¿Qué es lo que hace que un vodka sea mejor que otro?

HERMANSSON: En realidad, lo principal es poder tener el control de la cadena completa de producción. Nosotros controlamos desde la cosecha del trigo con el que se va a elaborar el vodka hasta el embotellado final. Nuestros agricultores y productores se especializan en que se coseche el trigo de alta calidad para el vodka que se va a utilizar. Para Elyx utilizamos trigo de un solo campo en particular. También es importante el tema del proceso de destilación. En el caso de Elyx, es una destilería que se remonta a 1920 y absolutamente todos sus componentes, desde las perillas, las columnas, las placas, las manijas, todo es de cobre. Eso es lo que le da al Absolut Elyx esa textura suave y casi sedosa del vodka. Todo esto es importante y los consumidores entienden por qué nuestros productos son más costosos.

PLAYBOY: ¿Cómo se debe tomar un vodka?

HERMANSSON: Eso depende de la preferencia personal de cada uno. Lo podés tomar en un shot o podés tenerlo como base de un cóctel, un Martini o un Cosmopolitan. Pero básicamente tenés la libertad de elegir el perfil de sabor que vos prefieras. Lo más importante de Absolut en particular es que no agregamos azúcar como redondeo, que es algo que utilizan otras marcas. En cuanto a mi sugerencia personal para lo que es “Absolut Elyx”, recomiendo directamente servirlo en una copa o en un vaso grande con un cubo de hielo e ir tomándolo de a poco.

PLAYBOY: ¿Cuál es su Absolut favorito?

HERMANSSON: En realidad, me gustan muchos. Empezaría por el Elyx porque es un vodka de lujo, tope de gama y porque además me encanta tomar el vodka de a poquito, como un whisky. También me gusta el Absolut Blue Original porque es un vodka versátil, y por supuesto el Oak by Absolut, que es mi creación. El sabor especial que tiene ese vodka se debe a que se añeja en barricas de roble. Es un roble especial sueco que también se combina con el vodka añejado en roble estadounidense o en roble francés. Me gustaría agregar otro que no mencioné: el Absolut Lime, que todavía no lo probaron. Me encanta porque es suculento, fresco y lo podés tomar incluso sin agregarle soda. Creo que cuando lo prueben les va a encantar.

PLAYBOY: ¿Cuál fue su mezcla más arriesgada?

HERMANSSON: Algunas de las más arriesgadas nunca llegaron a ser un producto. Muchas veces, algunos prototipos directamente los desecho; quizás no hay materia prima suficiente o cantidades necesarias para que se convierta en un producto. En cuanto al más arriesgado o más osado, es Oak by Absolut, totalmente. Sin duda fue el producto más complejo con el que tuve que trabajar.

PLAYBOY: ¿De cuál desconfiaba más y luego terminó rompiéndola?

HERMANSSON: Bueno, para empezar, no lanzo algo si desconfío de ese producto. Mucho, siempre tenemos que creer en el producto y que sea bien sólido como para lanzarlo. Quizás un producto que pensábamos que iba a llegar a un buen punto y excedió nuestras expectativas fue el “Ready to Drink”, el producto que lanzamos en Australia, ese puede ser un buen ejemplo. Con respecto al vodka, hubo algunos saborizados que lanzamos en los últimos años que también tuvieron mayor éxito del esperado. El Absolut Elyx es un gran ejemplo en Estados Unidos, porque es un vodka muy costoso y aun así creció muchísimo. ■

www.domiciano.com.ar

Be your own star.



DOMICIANO
PRODUCT OF

EXTRA BRUT
ARGENTINA

Beber con moderación.
Prohibida su venta a menores de 18 años.



DOMICIANO
BODEGA



On demand argentino

La plataforma de cine a la carta Qubit.tv no para de crecer.

Qué es, qué no es, qué... uff, ya fue todo. Cansados de descargar porquerías, virus, archivos erróneos, *screeners* o, simplemente, de las burocracias de los clics, los usuarios que optan por ver cine en casa migraron de la piratería a la legalidad: ya se puede ver en muy buena calidad, con opciones ordenadas y a un costo relativamente bajo. La solución la trajeron los sistemas de video *on demand*, cuyo mejor ejemplo es Netflix. Fue justamente el (nuevo) gigante norteamericano quien abrió el campo para que otras plataformas fueran complejizando el mercado del entretenimiento hogareño. “Nos sentimos un complemento de Netflix”, dice Roxana García, una de las encargadas de marketing de Qubit.tv, plataforma nacional de contenido *on demand* que desde 2010 viene creciendo a ritmo constante.

“El sello distintivo del catálogo es el cine”, explica Javier Porta Fouz, crítico de cine, director del BAFICI y responsable de programación de Qubit. A diferencia de la

gran competencia global, donde Netflix, HBO Go, Hulu, Fox o Amazon se disputan sus espectadores a fuerza de contenido propio original y especialmente sus series, el gran valor de Qubit es el cine: de grandes autores, de género, documentales, erótico, musical. Cine. “Tenemos gemas del cine coreano, japonés, películas clásicas, Mario Bava, Skolimowski, Hitchcock, Godard, hay una variedad que pretende un menú que no sea homogéneo”, sigue Porta Fouz.

POR **HERNÁN PANESSI**

En el último año y medio, tras un rediseño conceptual (mutó de un logo e identidad imposibles a una imagen más dinámica y juvenil) y una expansión y engorde de recursos humanos, Qubit ha logrado posicionarse entre las plataformas más usadas del país. ¿El número? Tiene 100.000 usuarios activos. Es decir: más de un estadio de River Plate repleto dispuesto a ver cine. Así las cosas, sin perder el estilo, este proyecto que comenzó hace seis primaveras sigue nutriéndose de sus orígenes: los festivales de cine. Por eso, para

este año planean acuerdos de programación con BAFICI, FICValdivia, Cartagena, entre otros. “Siempre me gusta decir que el catálogo de Qubit tiene esas películas que no sabías que te podían gustar”, asegura Porta Fouz.

El sistema de Qubit tiene una dinámica sencilla: con un canon mensual de \$ 110 se puede acceder a un catálogo de 3500 películas. Y aporta un plusvalor: la posibilidad de ver películas casi inmediatamente después de sus estrenos. “Eso es lo que nos distingue. A veces, a semanas de que salga del último cine”, comenta Porta Fouz. Incluso, hasta han experimentado con estrenos completamente en simultáneo. La primera experiencia fue *Viviré con tu recuerdo*, de Sergio Wolf, que llegó a los cines y a Qubit al mismo tiempo. “Es una oportunidad para que el público que no está en Capital vea el mismo cine que se estrena acá”, aporta García.

Por estos momentos, Qubit logró acuerdos comerciales con todas las marcas de

CINE



AUNQUE EL CATÁLOGO DE QUBIT.TV PRIORIZA EL CINE DE AUTOR, TAMBIÉN SE PUEDE COMER POCHOCLO CON LIAM NEESON.



televisores con línea *smart*. Esto les trajo un beneficio concreto: la aplicación pre-instalada y la posibilidad de llegarle a más público. “Mucha gente nos terminó conociendo por eso”, suma García. Entretanto, la solidez del catálogo (“De Gomez a Petzold, de Michael Mann a *Mi amigo el gigante*, de Ford a Rivette, y de Bielinsky a Piñeyro: Qubit le gana por afano a Netflix”, tuiteó Esteban Sahores, ex editor de la revista especializada *Haciendo Cine*) les da una perspectiva en ascenso dentro del ruidoso mercado del entretenimiento. “La intención no es sumar títulos por sumar sino ofrecer un menú. La idea es no limitarse”, explica Porta Fouz.

Entre los títulos más taquilleros, la película francesa *La Vida de Adèle* –cine de corte festivalero– está entre las más vistas de 2016. Sin embargo, fue *Los Vengadores* –ejemplo cabal del Hollywood *mainstream* y de la industria pura y dura– la película más vista del año.

Por ahí detrás corre *La vida secreta de tus mascotas* y, asimismo, siempre pica

en punta *Non-Stop*, una modesta película de acción con Liam Neeson. “Todavía no sabemos bien qué pasa con esa película pero por su éxito deberíamos invitar a Liam Neeson a la Argentina para agradecerle”, se sincera y bromea Sebastián Camiser, director de marketing de la marca.

“Como crítico, me gustan ciertas películas y otras no. Pero como curador del catálogo, pienso en ofrecer cosas relevantes, me gusten o no. Siempre doy el ejemplo de *La cinta blanca* de Michael Haneke: a mí no me gusta pero tiene que estar”, se exclama Porta Fouz. “Buceamos el universo cinematográfico”, suma García. Y *pingponea* Porta Fouz: “Podés ver películas muy difíciles de encontrar”. A la sazón, Qubit ya funciona en Argentina, Uruguay, Ecuador, Colombia y Guatemala. Y este año planean llegar a Chile y Perú. El servicio es económico (\$ 110 pesos por mes) y la plataforma tiene recomendaciones, listas y una interfaz comodísima. Por eso mismo, García infla su pecho: “Con nosotros, los cinéfilos se sienten contenidos”. ■



Parte de la religión

The Young Pope, del italiano Paolo Sorrentino, merece toda nuestra atención.

POR **TOMÁS RODRÍGUEZ ANSORENA**

En “La muralla y los libros”, un ensayo incluido en *Otras inquisiciones* (1952), Borges reflexiona en torno de Shih Huang Ti (o Qin Shi Huang), el primer emperador de la China unificada, que borró el feudalismo, construyó la Gran Muralla para contener la invasión bárbara y dispuso quemar todos los libros anteriores a él. Quiso, en otras palabras, abolir la historia. Su argumentación, con datos necesariamente borrosos, concluye con la inferencia

de que todas las formas tienen virtud en sí mismas y no en un contenido conjetural: en este caso, solo en la oposición de construir (la muralla) y destruir (las bibliotecas). Algo que concuerda con la aspiración de todas las artes: la condición de la música, que no es otra cosa que forma. Y sigue, con su célebre definición: “La música, los estados de la felicidad, la mitología, las caras trabajadas por el tiempo, ciertos crepúsculos y ciertos lugares, quieren decirnos algo, o

algo dijeron que no hubiéramos debido perder, o están por decir algo; esta inminencia de una revelación, que no se produce, es, quizá, el hecho estético”. La serie, que acaba de estrenar HBO en los Estados Unidos y que en marzo hará lo propio en Argentina a través de Fox Premium, admite esa catalogación. Quizás sean los planos pictóricos, quizás su aura shakespeariana, quizás sus escenografías y vestuarios tan elegantes como pomposos, quizás la

brillante actuación de Jude Law, su modo de caminar, su cándida brutalidad; quizás porque la política de Dios contiene, además de su práctica terrenal, el misterio de la fe. *The Young Pope* está por decirnos algo, está a punto de develarnos algo que es la verdad. Y no por su contenido. Aquí no opera la premisa que comanda *House of Cards*, a través de la cual debería poner en escena las bambalinas maquiavélicas del Vaticano. No, aquello está en segundo plano.

Su director, Paolo Sorrentino (ganador del Oscar a la mejor película extranjera en 2013 por la magnífica *La Grande Bellezza*), ha hecho de la estetización un estilo. La espectacularidad y el contraste (Jude Law se prueba su vestuario papal al ritmo electrónico de "I'm sexy and I know it" de LMFAO) subrayan la idea que no estamos en presencia de una fotografía de la realidad sino de su absoluta manipulación.

El joven Papa se llama Lenny Belardo (Law), tiene 47 años y es el primer Sumo Pontífice norteamericano en la historia de la iglesia católica. Ha sido elegido en el cónclave fruto de un error de cálculo de su mentor, el cardenal Spencer (James Cromwell en su mejor versión), el más papable de los candidatos. Quienes conspiraban contra aquella predecible elección supusieron que la juventud de Lenny sería equivalente a su ductilidad. Pero pecaron de crédulos. Como le dice Spencer a Angelo Voiello (personificado por el italiano Silvio Orlando), el Cardenal Secretario de Estado de la Santa Sede y monje negro de la política vaticana, "olvidaste la más obvia de las verdades: los jóvenes son más extremos que los viejos". Y Lenny es, claro, un extremo. Eligió el nombre de Pío XIII para un papado (Pío XI y su sucesor, Pío XII, fueron los conductores de la iglesia durante el régimen fascista) ocultista, ultraconservador, que no admitirá medias tintas en la devoción a Dios y a su vicario principal: él mismo.

De niño, Belardo fue abandonado por sus padres y se crió en un orfanato bajo el ala de la Hermana María (la extraordinaria Diane Keaton), personaje central en la incipiente consolidación de su poder dentro de las claustrofóbicas paredes de la Santa Sede. Esa condición huérfana marcará la relación de Belardo con el mundo, con sus semejantes, con Dios y, desde que es Papa, con la feligresía. En una entrevista reciente, Sorrentino afirmaba que había querido evitar hacer una serie "que le guiñara confortablemente un ojo a un público ateo" si no que, al contrario, indagara en el fondo de la fe. "¿Y cómo es el peso de Dios?", pregunta retóricamente el Cardenal Caltanissetta: "frágil". Lenny oscila entre la más fría y hábil calculación y la inocencia más sensiblera, caprichosa. Y es difícil discernir cuándo se trata de una u otra. Lenny es inestable, vanidoso y aniñado, a la vez que determinado y sagaz. Lenny duda de Dios. Y para erradicar esa duda no ha encontrado mejor solución



que imponer su dogma sin miramientos, lo cual despertará el horror de los cardenales. Desde que comenzó con el proyecto, alrededor de 2013, Sorrentino detectó que el mayor miedo de la iglesia contemporánea era el descenso en el número de fieles. Por eso, quizás, es que el perfil de Bergoglio sea tan dialoguista. "¿Por qué no inventamos un Papa que sea diametralmente opuesto en todo sentido a Francisco?", se preguntó Sorrentino. "Después de todo, no hay razón para suponer que en el futuro, quizás como un quiebre con su predecesor, no exista un Papa menos progresista y ecuménico que el que tenemos hoy (...). Lenny es la semilla de un fundamentalismo católico que descartamos categóricamente, tanto como lo hubiéramos hecho 50 años antes con el fundamentalismo islámico". Esa teoría del péndulo (tan cara a los argentinos) le proveyó a la serie un condimento especial: ¿qué otra nación con peso mundial cambió un líder moderado, carismático y esperanzador por uno retrógrado, reaccionario, impiadoso, incongruente, caprichoso e incomprensible? ¿Les suena familiar?

Sí, desde su aparición en el Festival de Venecia en septiembre de 2016, quedó claro que este joven Papa se parecía bastante menos a Bergoglio que a Donald Trump. Sorrentino aclara en todas sus intervenciones que aquella no fue una intención pero que, sí, el sueño de la razón produce monstruos y los

tiempos que corren también. Para Sorrentino, el gran tema de la serie es la soledad, "el punto crucial de la condición humana. Incluso el Evangelio, cuando llega al climax de su relato, cuando quiere demostrar que Dios realmente se ha convertido en hombre, deja solo a Jesús en la cruz, y hace sentir la soledad en ese grito desgarrador: 'Mi Dios, ¿por qué me has abandonado?'". Los sacerdotes de *The Young Pope* son hombres abandonados, dejados a la buena de Dios (¿acaso no lo son todos los hombres?). Enfrentan un destino marcado menos por la duda de si Dios existe o no que por su necesidad, de la cual ellos, encima, son su garante. A fin de cuentas, dice Sorrentino, refiriéndose al personaje de Voiello, napolitano como él, que "solo permaneciendo atados a la realidad de la vida humana -un gol de Maradona o la inteligencia de un chico discapacitado- es que ese destino puede ser vivible".

François Truffaut dijo que el cine antibélico era prácticamente imposible dado que la esencia de la guerra es intrínsecamente cinematográfica. Quizás valga lo mismo para la iglesia. Desde su fundación ha sido, entre otras cosas, la escenificación de una verdad misteriosa y redentora; inalcanzable; la puerta de una revelación. Como el muro de Shih Huang Ti, una iglesia amurallada para sus fanáticos es fascinante en la pantalla de televisión; como el de Trump, peligrosa. ■

La fábula del voyeur y el periodista

El maestro del nuevo periodismo, Gay Talese, se guardó un secreto durante más de 30 años y recién ahora ha podido escribirlo.

El 7 de enero de 1980, Gay Talese recibió una carta. Un hombre de la ciudad de Aurora, en el centro de Estados Unidos, necesitaba compartir un secreto que quedaba. Había comprado un hotel de 21 habitaciones “para satisfacer mis necesidades de voyeur” y “mi ilimitada curiosidad acerca de la gente”. Su proyecto excedía la fantasía onanista. Gerald Foos quería ser parte de algo grande. Acaso complementar los estudios de los institutos Kinsey y Masters & Johnson, que estaban revolucionando la forma de entender la sexualidad.

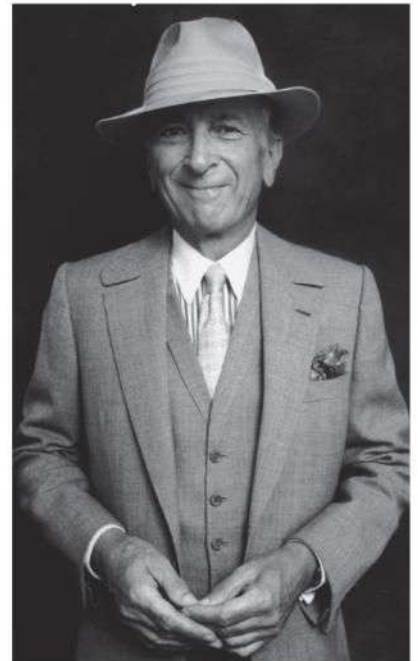
POR **PABLO CORSO**

El remitente sabía que Talese (Nueva Jersey, 1932) estaba por publicar *La mujer de tu prójimo*, una investigación sobre la cultura del amor libre que lo había llevado a involucrarse en un salón de masajes y en una comunidad swinger. Foos, un hombre vigoroso de 45 años, le contó cómo había abierto agujeros de 35 centímetros por 15 en los techos de doce habitaciones, que cubrió con rejillas para disfrazar de conductos de ventilación. Después del *check in*,

subía a un desván alfombrado y espiaba a los huéspedes. Era una “sensación de tremendo poder y euforia”.

Después de algunas dudas, Talese -padre fundador del nuevo periodismo, un talento riguroso- aceptó la invitación a pasar unos días en el Manor House. La primera noche vio a “una atractiva pareja desnuda tumbada en la cama y practicando sexo oral”. Quedó tan absorto que su corbata se deslizó por la rejilla; estuvo a punto de arruinar vida y obra de su anfitrión. Volvió al desván unas cuantas veces, pero se fue seguro de que no volvería. No iba a publicar la historia bajo el anonimato que imponía Foos.

Ya en su casa de Nueva York, empezó a recibir los diarios del voyeur, un registro de pesos, alturas, razas y posiciones que arrancaba en 1966. Las entregas se fueron complementando con cartas y llamados. Talese cayó en la red. No podía escribir y no podía dejar de leer. “Todos los hombres son voyeurs hasta cierto grado, y lo demostrarán si se les concede la oportunidad”, escri-





bió el dueño del hotel, que operaba bajo una moral singular: mientras no lo descubrieran, lo que hacía estaba bien.

Foos había empezado de chico, espiando a su voluptuosa tía Katheryn. No tuvo sexo en el secundario pero se desquitó en la Marina, donde pasó cuatro años entre bares y prostíbulos. Donna, su primera esposa, resultó la compañera ideal: una enfermera, por definición difícil de escandalizar, que disfrutaba con él de las excursiones al desván del hotel. Foos vio incestos y violaciones. Vio a dos hombres disfrazados de oveja y a un señor haciéndole el amor a un osito de peluche. Era un observador participante. Se metía en las habitaciones para comprobar talles de corpiños, dejaba consoladores y revistas porno para testear a sus criaturas (la mitad los usaron, entre ellas una monja).

Una de aquellas intervenciones, escribió el voyeur, terminó en tragedia. El 10 de noviembre de 1977 un dealer golpeó y estranguló a su mujer en la habitación 10. La acusaba de haberle robado marihuana y

pastillas, pero el propio Foos se había metido en el cuarto para tirarlas por el inodoro. Cuando dejó de observar la escena, la mujer todavía respiraba. Pero al día siguiente estaba muerta. Talese lo supo seis años después. Se escandalizó y pasó noches sin dormir, pero optó por proteger a su fuente y no hacer la denuncia.

En los 80 y 90, Foos siguió enviando sus cartas y Talese atendiendo sus llamados. Salvo algunas buenas noticias (más encuentros interraciales, la persistencia de las lesbianas en los orgasmos mutuos), el voyeur creía que las parejas tenían cada vez menos sexo y más discusiones. “La gente es básicamente deshonesto y sucia”, se quejaba. Lo enfurecía que fumarán -el humo le subía a la cara- y que se limpiaran las manos grasientas con las sábanas, pero, sobre todo, la hipocresía entre lo que aparentaban y lo que hacían. Se volvió un antisocial y se recluyó en la vida familiar.

Asediado por la artritis, tapó los agujeros y vendió el hotel en 1995. En 2013, ya con 78 años, llamó a Talese: creía que sus de-

litos habían prescripto y estaba listo para que la historia se hiciera pública. Un mes después se encontraron en Denver. Mientras Foos se quejaba de que ahora había cámaras en todas partes, el periodista le avisó que ni la policía, ni los forenses ni los diarios locales habían podido confirmarle el asesinato de 1977. No era el único punto ciego del relato.

Cuando *El motel del voyeur* ya estaba en imprenta, *The Washington Post* reveló que Foos no había sido el dueño de Manor House entre 1980 (después de la visita de Talese) y 1988. Enterado del desliz, el escritor se angustió y dijo que no promocionaría la obra. Había perdido la confianza en su hombre, que cobró por la publicación de los diarios. En un comunicado posterior, aclaró que no desautorizaba el trabajo y que estaba dispuesto a corregir nuevas ediciones. “Foos era un narrador inexacto y poco fiable”, reconoce al final del libro. “Pero sin duda fue un voyeur épico”. El protagonista, como plantearon las críticas más benignas, de una historia demasiado buena como para no ser contada. ■



El fin del silencio

The XX acaba de presentar su tercer álbum, I See You.

En 2009 nos sorprendió un nuevo sonido, que venía cargado de silencio. The XX y su álbum debut homónimo traían una música novedosa, con referencias que flotaban entre The Cure, el Bowie berlinés y Morphine, pero tenía algo más. El grupo formado por Romy Madley Croft, Oliver Sim, Jamie Smith (y, en aquel momento, Baria Qureshi, luego expulsada) apostaba por un pop de arreglos mínimos, can-

urbano y *dark*, aprovechando el vacío como lienzo en blanco para desplegar sus recursos musicales con precisión quirúrgica.

“Basic Space”, una de las canciones de aquel debut, era casi una declaración de principios: el sonido de The XX hacía del espacio, de su vacío sonoro, una voz más, el espejo negro con el que confrontaban los susurros de Oliver y Romy, los trazos de la Gibson ES-Les Paul de Madley Croft y los *beats* de Jamie Smith. Todo ello tensado sobre el bajo omnipresente de Sim y en cantidades calibradísimas, sin permitir que el despliegue de virtuosismo o expresividad oculten el bosque de silencio. “Islands”, “Shelter” y “Crystalised” lograron redondear hits

con esa fórmula y llevar al álbum debut a un impensado platino en el Reino Unido (y oro en Estados Unidos, Europa y Australia). *Coexist*, su disco de 2012 repetía la receta, quizás llevándola más lejos, pero no lo suficiente como para espantar al público (que volvió a llevar el disco al oro) ni como para satisfacer a los críticos que habían bendecido la originalidad de su debut y ahora espe-

rababan más. La banda salió de gira y luego se tomó un receso que Jamie ‘XX’ Smith aprovechó para lanzar *In Colour*, un ecléctico y colorido disco de música bailable y electrónica que contó con las voces invitadas de Sim y Madley Croft. Luego el trío se encerró en el estudio e intentó adelantar el espíritu de su nueva música compartiendo la *playlist* que escuchaba entre sesiones: desde Portishead y Aretha Franklin hasta Frank Ocean y Velvet Underground, entre otros, debían funcionar como referencias de lo que se gestaba para calmar las ansias del público y la crítica.

El resultado es *I See You* (Young Turks, 2017), el recién lanzado tercer disco de The XX. El álbum abre con acordes de bronce y el *groove* de “Dangerous” como anticipo de un sonido más cargado y optimista que antes, con la impronta de DJ Smith mucho más marcada: “Say Something Loving”, “I Dare You” y “On Hold”, ya cortado como single, ubican a I see you entre las oscuridades de sus primeros discos y aquel *In Colour* que puso a la banda a bailar. El nuevo registro reorganiza los recursos musicales del trío: las bases y *samplers* de Smith pasan al frente, Sim y Madley Croft dejan atrás los susurros y se miden como cantantes, un cambio especialmente notorio para el primero, buen bajista pero limitado cantor. Otras canciones como “Test Me”, “Performance” y “Brave For You” recuperan parte de los viejos silencios de la banda, más o menos cruzados por la parafernalia de Smith, y le permiten a Madley Croft llevar su lírica a picos de belleza y melodrama.

Signo de estos tiempos que apenas resisten el silencio, The XX decidió dejar de lado su espacio básico sonoro por el color y el calor, manteniendo intacto su talante dramático y moderno. La sobria X en blanco y negro de la portada deja lugar a otra, espejada, que refleja el rechinante cielo azul y los rostros desgraciadamente británicos del trío. Quizás parte del cambio termine de explicarse en vivo, en donde la banda pondrá en juego recursos muy distintos a los que vimos en su perfecto pero ajustado recital de 2013 en Mandarin Park. La nueva visita de The XX, ahora en el marco de Lollapalooza, será una oportunidad para saberlo. ■

POR **ALEJANDRO GALLIANO**

THE PATRÓN MOJITO.

TURN AN ORDINARY MOJITO INTO AN
EXTRAORDINARY ONE. MAKE IT A PATRÓN MOJITO.



SIMPLY PERFECT
COCKTAILS



DISTRIBUIDO POR WINE-SUPPLY. BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

The image features three pairs of tortoiseshell sunglasses arranged on a light-colored, veined marble surface. The top pair has dark green lenses and is positioned horizontally. The middle pair has amber-colored lenses and is angled diagonally. The bottom pair has blue lenses and is partially visible at the bottom edge. Strong shadows are cast by the sunglasses, emphasizing their form and the texture of the marble.

Anteojos negros de carey

El clásico material que en una época hegemonizó los anteojos femeninos recobró su fuerza y no hay fabricante que no ofrezca unos en su catálogo. El carey está en todas partes y también debería estar sobre tus ojos.



ESTILO



Un look duradero que combina un *sex appeal* intelectual con una distinción discreta y *cool*. Este verano, las innovaciones en la moda óptica masculina presentan una apuesta más arriesgada respecto de lo que históricamente ha caracterizado al carey. Con lentes de color y marcos más grandes, los armazones moteados se lucen de una manera extraña y ciertamente original.

En inglés, carey se dice *tortoise*, y la razón es que ese material translúcido e irregular se obtenía del caparazón de la *Eretmochelys imbricata* o tortuga carey, de amplia distribución en todos los océanos pero que, de un tiempo a esta parte, se encuentra en peligro de extinción. La mayoría de los países ya ha prohibido la caza de esta especie hermosísima y, afortunadamente, la industria ha comprendido que el acetato (además de más flexible y resistente) es un excelente sustituto. Por otra parte, las combinaciones de esas manchas abigarradas pueden admitir variantes. Así, no es extraño encontrar tonos azules arrumbados en la marea marrón. Bien por eso. In-

finit y AY Not Dead tienen sus opciones de carey para el mercado argentino, igual que las principales marcas de todo el mundo.

DALI

Este modelo de AY Not Dead Eyewear (la división de gafas de sol que vio la luz en 2015) tiene un marco de acetato combinado con metal y lentes azuladas de CR-39, el polímero que compite con el policarbonato en los anteojos modernos. Carey, metal y lente azul es una combinación arriesgada pero el resultado tiene personalidad y sofisticación. Su precio, \$ 3200.

NOMAD

Parte de la temporada 2017 de Infinit, estas gafas están inspiradas en el barrio North of Madison Square Park, de New York. De allí proviene la forma redonda y el puente metálico que subraya el sutil pero presente carey del marco. Un estilo bien urbano, liviano y sencillo. El lente oscuro de policarbonato aporta discreción. Cuesta \$ 1900. ■



LA MADRIGUERA

Porno-stats

Todo lo que siempre se preguntó sobre pornografía y nunca se animó a confesar.

PURA Y DURA

Pornhub, el sitio de pornografía más grande del mundo, tiene una generosa sección de nombre *Insights*, donde provee información sobre el comportamiento de sus usuarios. El resumen de 2016 es, sencillamente, asombroso.

Se reprodujeron videos por **3.110** MILLONES DE GIGA BYTES, es decir, **99 GB** POR SEGUNDO. Almacenados en pendrives de **16 GB**, ocuparían **11 mil** KILÓMETROS (la circunferencia de la Luna).

En promedio, **12,5** videos por habitante de la tierra.
4.600 millones de horas de video:
más de **5 mil** siglos.

EL TOP TEN DE BÚSQUEDAS:

1. *Lesbian* (lesbiana)
2. *Step mom* (madrastra)
3. *MILF* (*Mother I'd Like to Fuck*; mujeres maduras)
4. *Teen* (adolescentes)
5. *Mom* (mamá)
6. *Cartoon* (dibujo animado)
7. *Hentai* (la versión porno del animé japonés)
8. *Massage* (masaje -con final feliz)
9. *Japanese* (japonés)
10. *Overwatch* (videojuego lanzado este año, furor entre los *gamers*)

LO QUE ELLAS QUIEREN

Las mujeres son el 26 % de los usuarios y sus preferencias también son mujeres: primero, buscaron *lesbian*; segundo, *lesbian scissoring* (o "tijereta"); luego, *threesome* (trío) y recién en cuarto lugar, *big black dick* (como la del negro de WhatsApp, o casi). En la quinta posición está *lesbian seduces straight*, que significa "lesbiana seduce a heterosexual". Las fantasías homosexuales son muy hétero.

ARGENTINA

Nuestro país ocupa el puesto 18 del ranking mundial de visitas en Pornhub. El 77% son hombres, con un promedio de edad de 37 años. La duración de la visita es de 8.36 minutos promedio, siendo los pampeanos los que menos duran y los salteños los que más. Las preferencias son, como esperaba nuestro espíritu patriota, bien nacionales.

BÚSQUEDAS

1. Argentina
2. Argentinas famosas
3. *Hentai*
4. *Mom*
5. *Teen*

CATEGORÍAS

1. Anal
2. *Lesbian*
3. *Teen*
4. *Hentai*
5. *Big dick* (pija grande)

PORNSTARS

1. Lisa Ann
2. Mia Khalifa
3. Brandi Love
4. Sasha Grey
5. Selena Green Vargas
6. Florencia Peña



**Mia Khalifa es una de las pornstars más populares de los últimos tiempos y eso se debe a un fetiche que se llama "porn-ientalism": si bien Mia no es realmente musulmana, se ha puesto la hiyab para alimentar fantasías de la audiencia.*

DEBUT.AR

Cerca de 1907 se habría filmado, en la ribera de Quilmes o en la de Rosario, la primera película porno de la historia. Su nombre es El Satarío (o El Sartorio) y habría primereado a El buen Albergue, filmada en Francia en 1908, la primera porno "oficial". El misterio respecto de la cuestión se debe a que no existe una copia original del film argento. Por otro lado, como la actividad era clandestina (y por eso los europeos que la filmaron se vinieron hasta acá) es difícil determinar una fecha exacta.

CUÁNDO

El primer país del mundo en legalizar la pornografía como tal fue Dinamarca, en 1969. Pero el primer registro data de 1846: el daguerrotipo de un hombre insertando su pene en la vagina de una mujer. Antes de eso, el término pornografía estaba referido a la "escritura sobre prostitutas".



hair Recovery

Medicina Capilar

ELLOS SABEN LO IMPORTANTE QUE ES RECUPERAR SU PELO. VENÍ A HAIR RECOVERY Y
DESCUBRÍ TAMBIÉN LA MÁS AVANZADA TECNOLOGÍA CON LA ATENCIÓN DE LOS EXPERTOS
EN MEDICINA CAPILAR.

PARA ÉL
MEGAfue®

NUEVA TÉCNICA AUTOMATIZADA DE MICROTRAS-
PLANTE CAPILAR PELO POR PELO. CON RESULTA-
DOS NATURALES, SIN CICATRIZ, Y RESPETANDO AL
MÁXIMO LA FISIONOMÍA DEL CABELLO.

PARA ELLA
NUTRIFOL®

SHOCK DE VITAMINAS PARA TU CABELLO. NUTRIFOL
CONSISTE EN LA APLICACIÓN DE VITAMINAS,
MINERALES Y AMINOÁCIDOS, DIRECTAMENTE A LAS
RAÍCES DEL CABELLO. ESTE NUEVO TRATAMIENTO
FORTALECE EL CABELLO DÉBIL Y DETIENE LA CAÍDA.

08 10-122-4247

PRIMERA CITA
SIN CARGO

www.hairrecovery.com.ar



ADONDE VAMOS NO NECESITAMOS CAMINOS

Hasta que alcancemos la aviación unipersonal, el hermoso y dócil ICON A5 es lo más parecido a un auto volador que tenemos.

La humanidad logró mandar vehículos lunares del tamaño de un *buggy* a recorrer las arenas rojas de Marte, pero un simple viaje a través de cualquier gran ciudad con tráfico todavía significa una inversión de tiempo cercana a la eternidad. No es de extrañar que muchos de nosotros nos preguntemos cuánto falta para que los tan anticipados autos voladores finalmente aparezcan y nos permitan sobrevolar nuestros hábitats congestionados. Hasta ahora, a excepción de los helicópteros policiales que circulan sin cesar, el enjambre de drones y los arcaicos aviones de propulsión a chorro, el cielo urbano permaneció sorprendentemente vacío.

POR **JOHN ALBERT**

Este dilema me llevó a un lago aislado en California. El sol apenas sale y estoy a varios cientos de pies en el aire, rozando las copas de los árboles antes de dirigirme al cielo. Junto a mí se sienta un ex piloto de guerra, quien de pronto suelta los controles y me dice: "Ahora volá vos". Para ser claro, nunca piloteé ningún tipo de avión antes: lo más cerca que estuve fue manejar en la autopista de Hollywood sin peajes mientras tomaba un *latte* y escuchaba *Physical Graffiti* de Led Zeppelin al taco. Pero en vez de ensuciar mis pantalones, agarro la palanca y doy un giro brusco. Una sonrisa me atraviesa la cara. El brillante avión futurista en el que estamos se llama ICON A5. Con el diseño de una cápsula ovoide, parece más un invento de James Bond que un típico avión pequeño. La sensación de pilotarlo en el cielo es igual a la de manejar una moto en la ruta. El A5 puede despegar, amerizar/aterrizar tanto en agua como en tierra y puede ser remolcado con un auto.

A las personas responsables de ICON les gusta hablar de la democratización del vuelo y de atraer a nuevos conversos al cielo. Es un escenario esperanzador para el rubro de aviones recreativos, estancado hace ya varias décadas: no es ningún secreto que cada vez menos gente está aprendiendo a volar desde el pico de popularidad de la actividad en 1980. Y a esto se suma que la mayor parte del diseño de aviones pequeños, como el Cessna y el Piper, permaneció inalterado desde 1950, gracias a un mercado conservador y un proceso de aprobación burocrático y ridículamente caro, al menos en los Estados Unidos. Pero el fundador y CEO de ICON, Kirk Hawkins, no está preocupado. Sentado en la escuela de vuelo que la compañía tiene en Napa Valley, transmite la intensidad de un hombre que tiene una misión. Su historia refuerza la idea: después de obtener un título en ingeniería mecánica en Clemson (Carolina del Sur), fue el director de ingeniería de un contratista aeroespacial y luego hizo una maestría en la Universidad de Stanford, pero la cosa no terminó ahí. A continuación se fue a volar un F-16 para la Fuerza Aérea, volvió, se metió de nuevo en la Stanford Business School y, finalmente, creó ICON. "Si pudiera poner a todo Estados Unidos en una habitación y preguntar si alguien, alguna vez, soñó con volar -dice Hawkins-, puedo garantizar que casi todo el mundo levantaría la mano. Pero después preguntaría quién, en efecto, está haciéndolo, y casi todas bajarían".

Él, como muchos otros en la industria, considera que la razón por la que tan pocas personas incursionan en la aviación es

la sobreregulación. Al menos, dentro de Estados Unidos, donde los potenciales pilotos privados deben cumplir una cuota de 40 horas de entrenamiento de vuelo y demostrar la habilidad para volar tanto de día como de noche, en cualquier espacio aéreo nacional. Básicamente, tenés que ser capaz de aterrizar un diminuto Cessna en el aeropuerto LaGuardia (Los Ángeles), un día de tráfico y bien entrada la noche. Lo curioso es que el mismo ente regulador estadounidense (la FAA, Administración Federal de Aviación) admite que sus requisitos son desalentadores. Luego de varias discusiones con grupos de pilotos, en 2004 incorporó una nueva categoría: pilotos deportivos de aviones ligeros, que precisan solo de 20 horas de vuelo de entrenamiento y seguir reglas básicas y específicas, como volar solo de día, mantenerse por debajo de los 10.000 pies de altura y evitar el mal clima.

Hawkins cuenta que había regresado de la Fuerza Aérea y estaba cursando en Stanford cuando llegaron las noticias de la flamante categoría de pilotos deportivos. "Había estado llevando esta vida tortuosa, siguiendo a mi corazón, y de pronto me enteré de que las reglas habían cambiado. Se sintió como si los planetas se hubieran alineado, como si toda mi vida me hubiera conducido a ese momento. Pensé: 'Tenemos que construir un avión para el pueblo, lo que la Mac Classic significó para las computadoras; un avión que te permita volar y demostrar que sos capaz de hacerlo'".

El ICON A5 es una gran pieza de diseño. No es una coincidencia: la compañía reclutó a



FUTURO



peces gordos como Klaus Tritschler, quien previamente trabajó con BMW. “Nunca fui fanático de los aviones -sostiene el diseñador austriaco-. Pero lo que me atrajo de este proyecto es que podría convertir a la aviación en un verdadero deporte. Si alguien que no sabe nada sobre aviones ve una moto rápida o un auto potente y se inspira, debería obtener la misma sensación mirando este avión”.

Lo primero que hago al ver al hermoso A5 volando sobre mi cabeza es pensar: “No hay manera de que yo pueda pilotear este avión”. Toda una vida de noticieros comunicando accidentes de aviones privados, destrozados después de colisionar contra montañas, se reproduce en mi cabeza; también imágenes de mí mismo vomitando en la cabina. Anoche, entre copas, Tritschler me habló sobre el concepto de *stall/spin* (N. del T.: parada/giro, una maniobra que implica la detención del avión y un posterior giro sobre su propio eje, generalmente en trayectoria descendente). De acuerdo a la Junta Nacional de Seguridad en el Transporte, es responsable de un número significativo de accidentes aéreos fatales. Básicamente, ocurre cuando estás yendo hacia arriba, disminuyendo la velocidad, y de pronto el avión se detiene. La parte del giro es lo que, desafortunadamente, viene después. Respecto a esto, el A5 está haciendo algo de historia: es el primer avión de pro-

ducción en serie que cumple plenamente con los estándares de resistencia al giro de la FAA. En esencia, ICON ha construido un avión resistente a las vueltas. Para mayor tranquilidad, el A5 también incluye un paracaídas gigante que puede hacer planear al avión de regreso a tierra.

Eso es suficiente para meterme en el avión, que pronto se está deslizando sobre el agua como un Jet Ski, para luego arquearse hacia el cielo. La ventanilla lateral está abierta, y descanso casualmente el codo en el borde de la abertura, como un adolescente que viaja en el coche de su padre. La cabina, prácticamente transparente, ofrece una integración peculiar con el mundo exterior. La sensación resultante no es demasiado adrenalinica; es la de estar, simplemente, volando.

Es difícil predecir cuánta gente va a gastar 200 mil dólares en un vehículo recreativo, incluso uno capaz de volar. Dicho esto, el avión de ICON es cientos de miles de dólares más barato que un nuevo Cessna, aunque con una velocidad y un alcance más limitados. Hawkins permanece optimista. “El mercado de recreación al aire libre en Estados Unidos es enorme. Abarca todo: desde hacer esquí hasta viajes de mochilero y ciclismo de montaña.

Lo que nos dice acerca de los seres humanos es que quieren salir, divertirse y explorar el planeta. Existe una suerte de libertad aventurera inmanente a nosotros. Si volvés a la aviación accesible, puede ser la expresión máxima de esa libertad”.

Dick Knapinski de la Asociación de Aviación Experimental, una organización que jugó un papel importante en el *lobby* para incorporar la categoría deportiva de aviones ligeros, está de acuerdo. “Esto va a preservar la vitalidad del mundo de la aviación -asegura-. No creo que nunca sea como en *Los Supersónicos*, con burbujas voladoras en las que nos podamos transportar. El tiempo y el dinero probablemente no dejen que eso pase, pero sí hay mucho espacio para seguir creciendo”.

No estoy seguro de concordar con Knapinski. Un avión que podés guardar en tu garaje y atar detrás de tu auto, cuanto menos ofrece un vistazo a un futuro en el que mucha más gente va a estar en el cielo, ya sea en burbujas o en autos voladores. Hawkins parece compartir esta perspectiva: “Mirá la tasa de innovación y crecimiento en la especie humana. ¿De verdad creés que nos vamos a quedar atrapados en la movilidad bidimensional? Va a llegar una época en la que la movilidad tridimensional sea mucho más frecuente. No puedo imaginar que eso no suceda”. ■



MOMENTOS MUMM



BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS. LA IMAGEN DE LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE.



30P

Mel Gibson

Si Mad Max, Corazón Valiente y El patriota, eran historias sobre el despertar violento de un hombre pacífico, su nueva película Hacksaw Ridge las contradice: siempre hay lugar para la paz. Mel Gibson está de vuelta en el foco de atención y parece haber cambiado.

POR **RÜDIGER STURM** PARA **PLAYBOY ALEMANIA**



**1. Tanto tiempo sin verte...**

¿Qué puedo decir? Me tomé una pausa.

2. Podría decirse también que fue una pausa forzada. Tu explosividad, en el negocio de las películas, te convirtió en una persona no grata.

Creo, sin embargo, que desde entonces me perdonaron. Hubo colegas como Jodie Foster que me apoyaron. ¡Jodie es totalmente la mejor!

3. ¿Y qué hay de las expresiones antisemitas que aparentemente pronunciaste borracho? (N. Del E: luego de ser arrestado por conducir ebrio en Los Ángeles, en 2006, el reporte policial afirmaba que después de preguntarle a un agente si era judío, Gibson había dicho que “los judíos son responsables de todas las guerras”, entre otras expresiones menos amables).

Fueron infladas por los medios. Siempre tuve una relación bastante buena con la colectividad judía.

4. ¿Entonces sos mejor persona de lo que todos parecen creer?

Estoy plagado de debilidades y errores. Como cualquiera de nosotros. E intento superar esos errores y tendencias negativas, trabajando constantemente en mí. Es una gran lucha y el mayor esfuerzo de mi vida.

5. ¿Cómo se gana esa lucha?

Decidiéndose por el amor.

6. ¿Has pasado de ser un luchador a ser un amante?

Así lo digo yo para poder hablar de mi nueva película: *Hacksaw Ridge* es un buen ejemplo de cómo se ve una lucha de ese tipo. Esta historia real se trata de un soldado que sacrifica su vida por otras personas. Como médico, se enfrentó a las situaciones más terribles para salvar a otros, tanto camaradas como enemigos.

7. ¿Vos podrias hacer lo mismo? ¿Ir a la guerra sin armas para no matar a nadie?

Quisiera no tener que averiguarlo. Por suerte nunca estuve obligado a hacerlo. Pero me maravilla un hombre así. Por

eso se ganó que contáramos su historia.

8. ¿Qué motiva a este héroe?

Lo inspiraba su creencia. Cuando creés en una fuerza superior, podés movilizar fuerzas sobrenaturales dentro tuyo y realizar cosas que un hombre normalmente no podría. En ocho horas sacó 75 heridos de un montículo enorme. Y él mismo no llegaba a pesar 80 kilos.

9. ¿Y vos movilizás fuerzas superiores para hacer tu trabajo?

Claro. ¡Drogas! (ríe). Hablando en serio: creer que podés hacerlo. Pensá que para *Hacksaw Ridge* tenía solo la mitad del presupuesto que tuve para *Braveheart* (*Corazón valiente*), es decir, 40 millones de dólares. Para una película así, eso no es nada. Y a pesar de eso, quieren que se vea grandiosa. Hubo días cuando me pregunté: “¿Cómo voy a lograrlo?”

10. ¿Por qué no querían darte más dinero?

Esto no me afecta solo a mí. En producciones independientes, como son las que hago ahora, no se invierte más. Nadie quiere arriesgarse.

11. Aunque como director de *La pasión de Cristo* filmaste una de las producciones independientes más exitosas.

Pero esa fue la excepción. En aquel momento, todos le tenían miedo a ese proyecto. No encontrábamos ningún financista grande, por eso tuvimos que sacar la película prácticamente solos.

12. ¿Son muchas las veces en las que tenés que resignar lo que habías planeado en función del presupuesto?

¿Vos qué pensás?! Es una verdadera prueba de resistencia cuando tenés que sacar siempre conejos de la galera. Sobre todo cuando ni siquiera tenés una galera. Pero proyecté *Hacksaw Ridge* para un público de prueba y la gente dijo: “¡Wow, se ve como las películas que se hacían antes!”. Hoy, todo está lleno de efectos especiales. Y para las versiones filmográficas de los comics, hay todo el dinero del mundo.

13. ¿Te gusta mirar ese tipo de películas?

Algunos me gustaron. *Guardians of the*

Galaxy fue muy graciosa, igual que la primera *Iron Man*. Otras se repiten todo el tiempo. ¿Cuántas veces tengo que ver *Spiderman*?

14. A propósito de *Iron Man*: si Robert Downey Jr. te convocara como director para la cuarta parte, ¿qué dirías?

Sería divertido. Solo que se me tendría que ocurrir algo para hacer esa película de una manera original. No querría repetir nada.

15. Robert Downey Jr. tuvo que luchar contra las drogas. Vos tuviste que hacerlo contra el alcohol. ¿Tenés razones para mantener la esperanza a un ex alcohólico?

Sí, le pondría mi firma a eso. Yo mismo conocí a algunos tipos locos que encontraron cómo subirse al caballo correcto. Aun si tenés un pasado oscuro, siempre podés cambiar.

16. ¿Qué cambió en vos en este tiempo?

Tengo bastante más alquitrán en los pulmones. Pero como dije, creo que me convertí en un mejor hombre. Estoy más maduro.

17. ¿Es un problema envejecer?

Hace poco hice una fiesta por mi cumpleaños de 60. Naturalmente, hay momentos donde desearía recuperar mi energía juvenil. Y me dan ataques de nostalgia cuando escucho alguna canción vieja. Pero uno no puede tenerlo todo.

18. ¿En qué momentos te gustaría volver a ser joven?

Cuando me agacho demasiado y me agarra un tirón. Me lastimo con mayor facilidad que antes, aunque siga haciendo ejercicio.

19. En la pantalla parecés ágil todavía, como vimos en la película de acción *Blood Father*.

Sí, ahí me di unos buenos golpes. Pero recién hace poco me volví a lastimar el cuello. Y ya no ando en mi Harley, porque mis reflejos ya no son los mismos que antes. Dentro de todo, lo veo así: principios de los 60 son mejores que los 70.



20. ¿Sos mejor actor que antes?

Así espero. Algunos desmejoran. Yo intento simplemente mantener viva la fantasía. De mi cara arrugada no puedo cambiar mucho.

21. ¿Hay algo que te resulte extraño del mundo actual?

Bueno, con Facebook, Twitter y esas cosas no me entiendo. Mis hijos hacen eso, yo no. Mi filosofía es: yo no escribo *tweets*, prefiero tirarme pedos.

22. ¿Tus hijos tienen algo que ver con el negocio del entretenimiento?

Dos de mis hijos trabajan en el rubro – uno tiene un pequeño papel en *Hacksaw Ridge*, el otro trabaja como técnico de cámara.

23. Tenés ocho hijos. ¿Cuán estresante te resultó ser padre hasta ahora?

Es incomparable con lo que tienen que soportar las madres. Sobre todo mi ex

mujer, que crió a siete. Yo fui a lo mejor un ayudante y, cuando no, me iba y hacía mis cosas.

24. ¿Todavía te divierte hacer tus cosas?

Absolutamente. Que la gente vaya a ver una película solo porque uno actúa en ella, ya no existe. Pero de cualquier forma, quiero seguir haciendo películas y quizás actuar en una u otra.

25. ¿Te dio escozor ver *Mad Max IV*? Hubieras podido hacer el papel protagónico.

Hace doce años estuvimos a punto de hacerlo. Después hubo problemas con el presupuesto y con el estudio. De pronto querían que yo mismo pusiera dinero mío para hacerla. Y en algún momento, todo colapsó.

26. ¿Qué te pareció la película?

¡Cool! En el estreno en Los Ángeles me senté al lado del director George Miller y miré cómo se desplegaban esas imágenes gigantes ante mí. Y la edición,

¡increíble! Visualmente fue mucho más espectacular que las viejas películas. Pero con total sinceridad, hubiera sido demasiado viejo para eso. Antes de la filmación, me junté a almorzar con Tom Hardy...

27. ¿Para darle tus bendiciones?

Claramente. Después de todo, él iba a pagar por la comida.

28. Si hicieras un resumen de tu vida, ¿dirías orgullosamente “*I did it my way*” (“lo hice a mi manera”)?

No, nunca, de ninguna manera.

29. ¿Por qué no?

Cuando hago las cosas a mi manera, me meto con frecuencia en problemas serios. Tengo que hacer las cosas distinto.

30. ¿Y cómo?

Para eso tengo que preguntarle a Dios. ■





INFORME

Un telo para mi país

La revolución sexual, que había sido el principal catalizador del negocio, se convirtió en su peor enemigo: la progresiva liberalización de los espacios domésticos ha hecho que parejas estables y ocasionales acudan cada vez menos a los hoteles alojamiento. Sin embargo, la industria resiste y se reconfigura para hacer del telo un lugar agradable y provechoso.

POR **PAZ AZCÁRATE** FOTOS **IGNACIO SÁNCHEZ**



Los argentinos adoran navegar en internet, comprar barato y comer pollo asado. Sin embargo, nada bueno deparó el destino para los emprendedores que un día decidieron invertir en cibercafés, locales “Todo x 2 pesos” y parripollos. A mediados de la década del sesenta, los albergues transitorios protagonizaron su propio *boom* y desde entonces han surfeado las olas del tumultuoso comportamiento sexual de los nativos para satisfacer a una demanda inestable. Y desde hace algunos años, se plantean cambios profundos para reformular su oferta y evitar seguir los pasos de esos tres negocios redentores que se hundieron con mayor o menor velocidad. Según la Federación Argentina de Alojamiento Por Hora (FADAPH), dos fenómenos los vienen sacudiendo de un tiempo a esta parte: la temible combinación de padres modernos que replegaron su autoridad desde el zaguán

hasta el interior de las habitaciones de sus hijos y un vaivén económico que posterga servicios de segunda necesidad, devolviendo a las parejas estables a sus rutinas amoratorias tradicionales, mientras las de ocasión optan por las interminables sucursales de Villa Cariño. Por eso, los telos replantean sus estrategias para fidelizar clientela y captar nuevos públicos. ¿Qué buscan hoy los argentinos en estos cuartos? ¿Cuáles son los desafíos del rubro para no perder vigencia? Con leyes que limitan su promoción y que desconocen nuevas y múltiples formas de relacionarse, cabe preguntarse si el ritual de los hoteles alojamiento se reformulará o, si bien, para tristeza de los pernoctámbulos, está en la ducha y listo para partir. Como la historia de la Argentina, la de los albergues transitorios se sacudió al ritmo de los resortes del colchón de la política nacional, que a veces hamaca con placentero

optimismo y a veces, raja la tela y te pincha en una nalga. Hay que ir hasta 1936, cuando se prohibieron los prostíbulos, para ver el florecimiento de toda clase de antros donde los caballeros y señoritas pudieran juntar los ombligos. De esa prohibición nacieron los “bulines” –cuartitos para jugar cartas y beber con otros hombres, para después invitarlos a retirarse y esperar a una dama-; las pensiones donde se ofrecía una “C” que no era ni casa ni comida- atendidas por sus dueñas y alguna empleada, frecuentadas por estudiantes del interior-; y las posadas –que funcionaban como hoteles familiares y en momentos de bajas reservas fraccionaban el alquiler por turno para revolcones-. Por ese entonces se trataba de lugares donde los hombres tenían encuentros, la mayoría de las veces con prostitutas, mientras sus novias reservaban su virginidad para el casamiento. Hacia el 50, los hoteles de viajeros improvisaban con

biombos y tabiques habitaciones con lo justo y necesario para alquilarles a las parejas, que en el mejor de los casos tenían cama y mesa de luz. En *Telos. Mapa de la sexualidad porteña*, el historiador y periodista Juan Pablo Casas cuenta que los espejos, los juguetes y los jacuzzis todavía estaban lejos de la pretensión de esta clientela. Lo que se ofrecía, en realidad, eran espacios para concretar lo que el autor define como un acto sexual meramente genital, que dejaba afuera el placer que provocaban otros sentidos y percepciones. Pero esa función originaria de proporcionar intimidad para el encuentro sexual, hoy parece obsoleta para los más jóvenes, que hasta hace no mucho eran la principal clientela de los telos.

El cambio rotundo fue cuando, en el 62, se reglamentó la actividad, y estos hoteles se erigieron como el negocio pujante que serían durante largo tiempo. Cinco años después de abrazar la completa legalidad y con una clase media con creciente poder adquisitivo, en la Ciudad de Buenos Aires se contaban 769 telos, mientras que hoy, la porteña Cámara de Propietarios de Alojamientos (CAPRAL) cuenta unos 180. Por ese entonces, al factor económico se sumó lo que Casas llama “una revolución sexual indiscreta”: la virginidad femenina dejó de ser un tesoro a entregar en la noche de bodas –la pastilla anticonceptiva colaboró en el asunto– y el placer se amplió más allá del coito. Así, los hoteles alojamiento acompañaron cada capítulo del manual de historia argentina con una nueva comodidad o función: en el 74, cuando el auto se vuelve un bien posible de adquirir para la clase media, los telos incorporaron cocheras; en el 76, gracias al anonimato que permitía la estadía, fueron los refugios de los que se sabían en listas negras de la dictadura militar, y en el 78, luego de que comenzara el mundial, la televisión se consolidó en el interior de sus cuartos. Más tarde, esas pantallas proyectarían las películas de Olmedo y Porcel, que aunque hoy se ven desteñidas por canales de cable, por ese entonces alimentaban fantasías y provocaban

bramidos dentro de las habitaciones. La picardía de ver un pezón en TV equivalía al porno más hardcore del siglo XXI, pero la temática se había consolidado a tal punto en el cine argentino que constituyó un subgénero cinematográfico: la “picaresca de hotel”. Tanto como *Expertos en pinchazos* o *El rey de los exhortos*, los hoteles con TV

“Cinco años después de abrazar la completa legalidad en el 62, y con una clase media con creciente poder adquisitivo, en Buenos Aires se contaban 769 telos”.

o ambientados en un calabozo, ya parecen demodé. Esa magia había empezado su declive entre los 80 y 90, gracias a factores diversos. Por un lado, explica Casas, la incertidumbre frente a las formas de contagio y prevención del VIH habían hecho descender los encuentros ocasionales. A la par, señalaban los especialistas en ese entonces, el coito semanal de las parejas

estables descendía de dos o tres por semana en 1987 a uno cada siete días en 1995. “Los años noventa –escribe el periodista– marcaron el regreso de la masturbación y el autoerotismo, así como la sexualidad sin contacto genital”.

“Hay cosas que ya no son tabúes en la familia”, sentencia Néstor Casaprima, presidente de la FADAPH, refiriéndose a la clave del nacimiento de los telos. A esto hay que sumar un panorama diferente en la cuestión habitacional, que aunque sigue teniendo sus conflictos no es la misma que en los años 60. En esa época, “lo más tradicional era que de la casa de tus padres te mudaras con tu esposo u esposa, hoy se mudan solos o comparten departamento con amigos”. En este panorama, admite, son muchos menos los jóvenes que optan por el hotel alojamiento. En cambio, los más veteranos, que vivieron los años mozos del telo, que experimentaron el furor de la dupla de Olmedo y Porcel, que entraban con inocente picardía y timidez a enredarse las piernas con sus parejas, le siguen encontrando su atractivo. Para el sexólogo y psiquiatra Enrique De Rosa, igual que la pastilla anticonceptiva colaboró en que hombres y, en particular, mujeres desvincularan su sexualidad de las meras funciones reproductivas, el viagra hizo un buen trabajo en sostener esta clientela.

En este proceso que puede leerse como crisis o reformulación, los telos aúnan esfuerzos por interpelar a los más jóvenes. Con ese propósito se lanzó ReservaTelo, una aplicación que te permite reservar un cuarto en tiempo real y evita una gira más irritante que mágica y misteriosa para encontrar una habitación disponible. Pensando en usuarios que van desde los 25 a los 45, la app busca dar una mano en ese “proceso de reconversión” que atraviesan hoy los hoteles alojamiento. “Un camino para que los telos dejen de ser algo ‘viejo’ para los jóvenes es la comunicación digital”, explica Victoria Ortiz, socia fundadora de ReservaTelo, aunque aclara que además está





**LAS FOTOS FUERON TOMADAS EN EL HOTEL
CARAVELLE, CNEL. NICETO VEGA 5395, CABA.**

acompañada de una “modernización de los cuartos que muchos hoteles están encarando”. ¿En qué consiste esta modernización? Según Ortiz, se trata de ofrecer una experiencia, que va más allá del lugar que alquilás para resolver la tensión sexual: “Además de la previa y el durante, apuntan a ofrecen comodidades para el después, para que vayas a tener sexo, obvio, pero también pases un buen rato por fuera de eso”.

José es dueño y encargado de un hotel alojamiento en Belgrano. En esa recepción, cuenta José, la pregunta que más se hace es si pueden ingresar tres personas o dos parejas. La respuesta, muy a su pesar, es que no pueden: hoy la ley no se los permite. “Uno sabe que lo que brinda es un servicio a la sociedad – admite el comerciante-, pero la norma está muy desactualizada respecto a las fantasías que muchas personas quieren concretar. Sin dudas deseáramos que se aggiornara”. Esta prohibición es hoy la deuda más grande en la oferta de los telos, si se tiene en cuenta que estudios del 2015 de la agencia de marketing Becom1 arrojan que la principal fantasía perseguida por hombres y mujeres argentinos es el sexo múltiple (27 por ciento de las consultadas y 47 por ciento de los consultados así lo afirmaron). Con tanto tiempo en el rubro, a José le preguntan mucho qué es lo más raro que ha visto. Vio demasiado, responde, pero mantiene estricto el secreto profesional. Pero de esa pila de anécdotas salidas de una comedia de situación, lo que le resulta más sorprendente son las parejas de adultos que vuelven a lo largo de los años, que se dedican con insistencia a regar una planta en el desierto de la monogamia. Para Paola Kullock, asesora en juegos eróticos y confesa “fanática de los telos”, esta es hoy una función importantísima del telo: ser condimento de matrimonios. Según la fundadora de la primera escuela de sexo de la Argentina, en un albergue transitorio “uno está más y mejor dispuesto para el placer, se permite jugar distinto, gritar más fuerte, salir de lo que se hace siempre”. “El telo muestra una versión mejorada de nosotros mismos”, resume Kullock, que también lo recomienda para encuentros casuales: a algunos les da más seguridad un espacio neutral para tener sexo con un desconocido, y si la cita es un bodrio es más fácil tirar la bomba de humo.

Con un público mayor que es clientela fiel; con las bondades comprobadas y argumentadas que traen a parejas estables y ocasionales; y con una audiencia más joven en pleno proceso de recapturación, los telos parecen tener clientela asegurada para un buen rato. Lo que está en juego en pleno 2017 es hacer volver su furor, un escenario en que todos los fines de semana sea 4 de septiembre: Día de la Secretaria, cuando se registra la mayor concurrencia a telos de todo el año. Para volver a esa época dorada, receta el sexólogo De Rosa: “Los telos deberán recuperar su carácter transgresor y moverse en pos de tener una norma que permita ofrecer lo que nadie ofrece: volver a ser el lugar donde los argentinos podían hacer lo que no podían hacer en la casa”. ■



No tan distintos

Lejos de ser un invento argentino, los telos existen en todo el mundo, aunque con recorridos dispares y con clientelas diversas. En Inglaterra son sobrios pero exitosos y tienen una doble función: el alquiler por hora de cuartos sirve tanto para encuentros sexuales como para lugar de reuniones o descanso en un viaje laboral. En Nueva Zelanda y en Australia existen desde 2011 y apuntan a una clientela específica: las parejas que se conocen por internet. En Japón los llaman “*Love Hotels*” y su industria se encuentra mega consolidada gracias los problemas habitacionales que padece la isla y una cierta cultura que los aprecia incluso como atractivo turístico. Igual que en Japón, en Madrid los llaman “Hoteles del amor” y

existen desde 2005, mientras que en Barcelona se los conoce como “*meublé*” y solo hay 8 de ellos en toda la ciudad. En Estados Unidos los más frecuentados para estos fines son los hoteles de ruta, con fama de ser el lugar donde se planean o concretan actividades delictivas. Los albergues transitorios, conocidos como “Hoteles de sábana caliente” no tienen mejor prensa: en general, se los asocia exclusivamente con la prostitución y no han conseguido interpelar a los jóvenes de clase media o alta, que encuentran mejor espacio en los campus universitarios. Más cerca, en Brasil, la industria surgió en la década del 70 y todavía goza de cierta prosperidad, a tal punto que hasta los perros tienen sus propios hoteles alojamiento.



APUESTO

ZAPATOS Y ESENCIALES PARA EL HOMBRE

BUENOS AIRES
El Salvador 5772 - Palermo

ONLINE STORE
APUESTOHOMBRE.COM

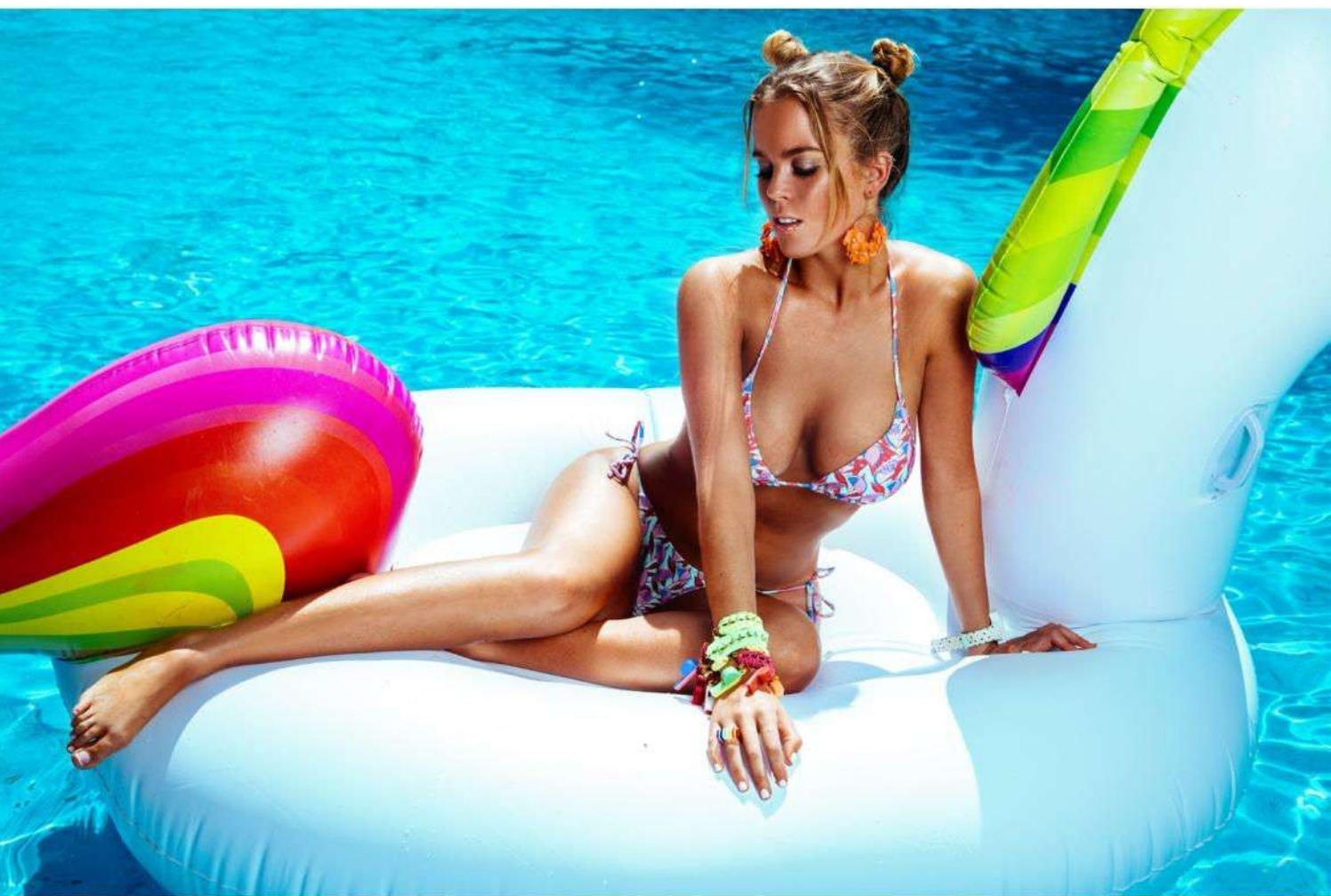
MONTEVIDEO
Solano García 2487 - Punta Carretas



De pronto, FLASH

Meli Engstfeld *es todo lo que nos queríamos encontrar al borde
de una pileta en una tarde de febrero.*

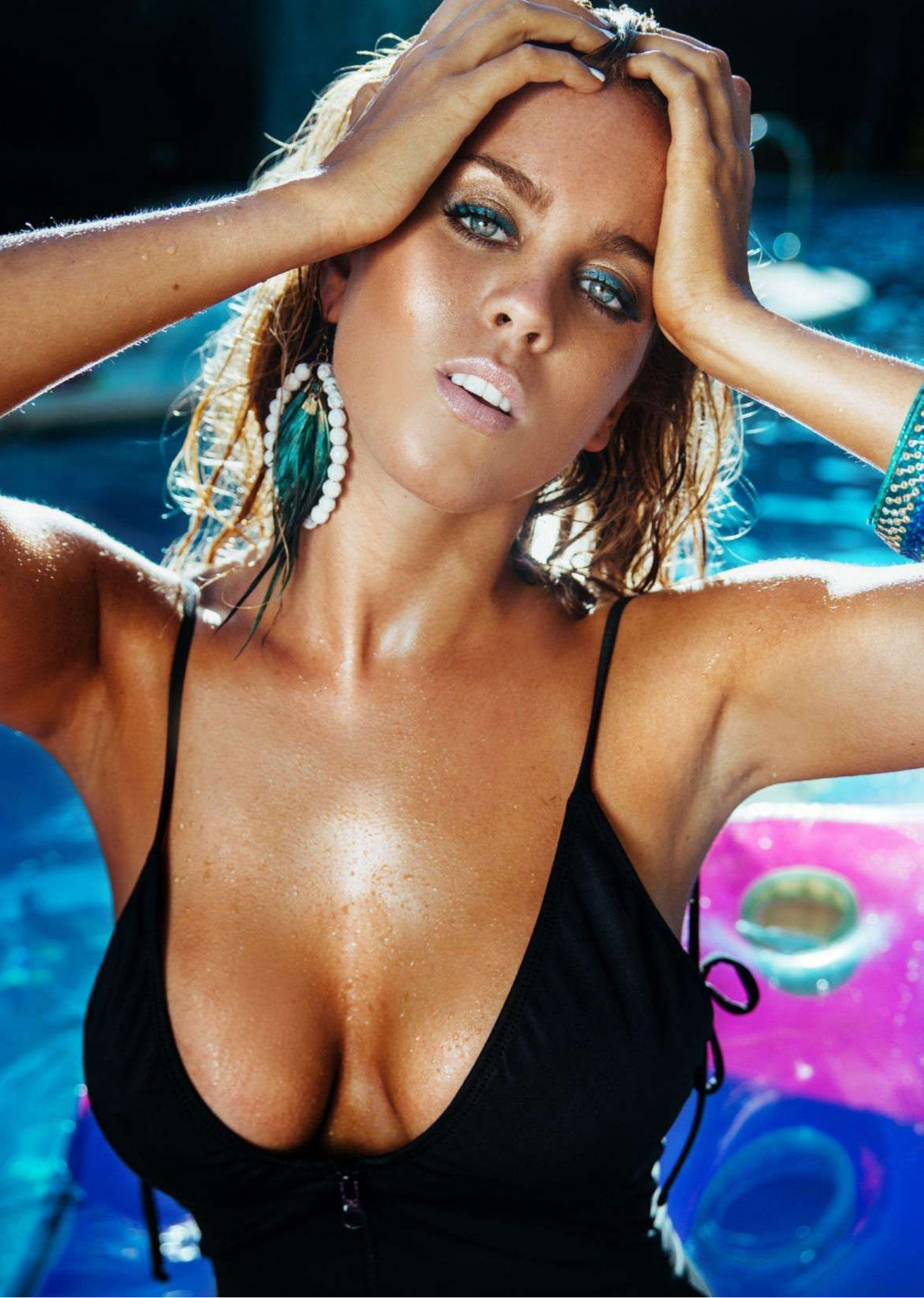
















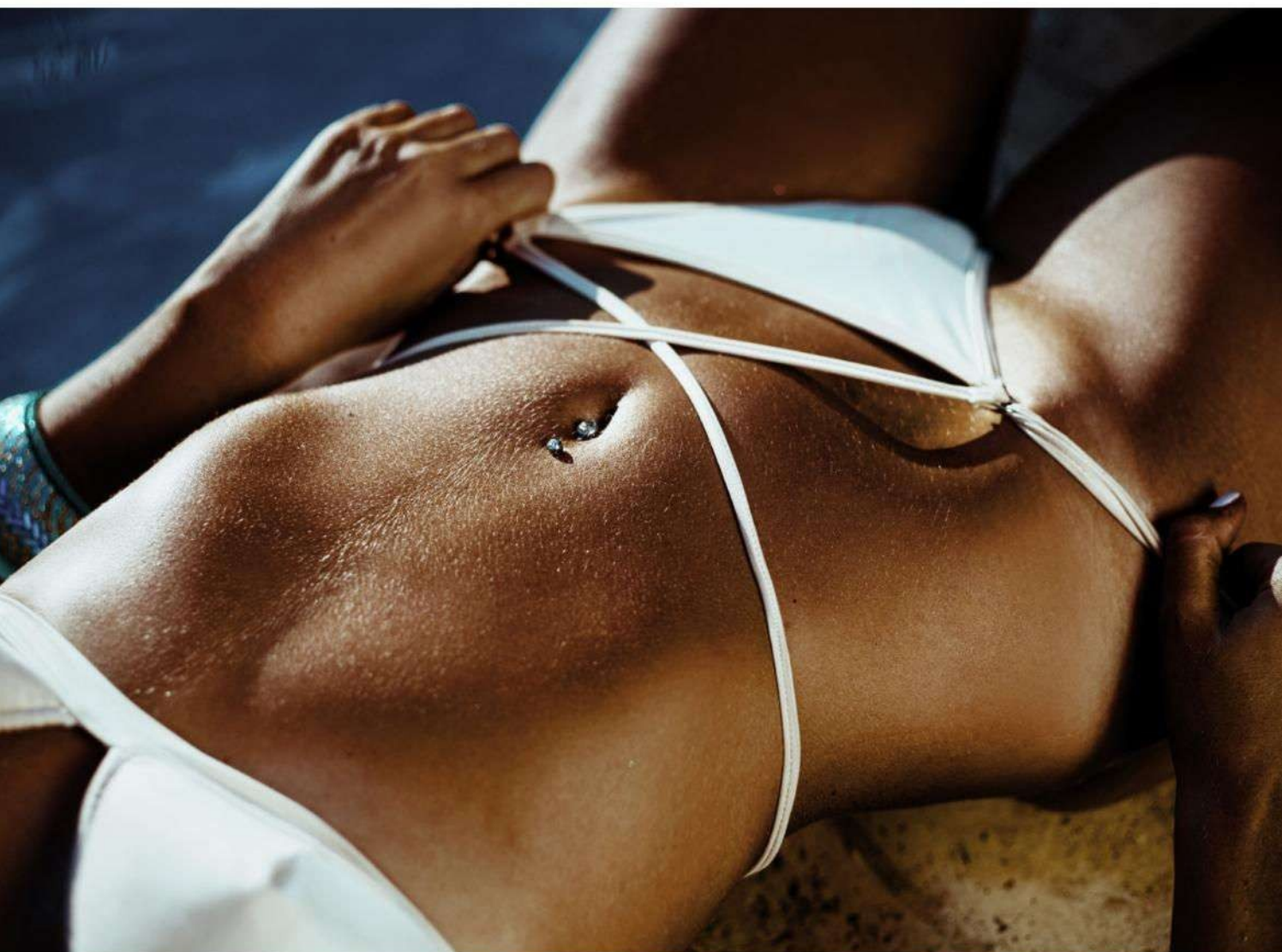




















VIAJES

Ámsterdam, psicomagia, un vestido y un amor

Luego de una sesión de tarot marsellés, a un hombre le recetarán un acto psicomágico para destrabar un conflicto. Para hacerse hombre, deberá convertirse en mujer.

POR **EZEQUIEL SIDDIG**





VIAJES



El hombre está rodeado de gente levemente encorvada hacia él, como un oráculo. Parece un sacerdote, una clase de hombre que podría caminar sobre el agua. Cuando sonríe, el rostro pareciera acceder a una expresión de santidad: el labio superior se le contrae y muestra una dentadura perfecta, como si presentase ante el público las teclas de marfil de un acordeón lustroso. Ni por un segundo suelta los ojos del consultante, sentado frente a frente. Usa barba rala, blanca como todo su cabello, y viste de negro, como sus antepasados judíos, rusos de la estepa.

Es el miércoles 14 de octubre de 2009, y es así como percibo, cuatro días después de haber cumplido 35 años, a Alejandro Jodorowsky, que como cada miércoles desde hace años, sentado a la mesa de una boiserie parisina de la calle Daumesnil, lee a 22 personas las cartas del tarot de Marsella. Yo vine a ser uno de los veintidós pero llegué tarde, así que formo parte del grupo que se congrega en torno al rito.

Jodorowsky, que tiene 80, lee el tarot en grupo porque cree que “lo oculto se disuelve cuando se confiesa en sociedad”. Todavía no sé que un par de semanas después, gracias a lo que me responderá el tarot, habré de

caminar las calles de Ámsterdam con los labios pintados de rojo, vestido de mujer.

Jodorowsky nació en 1929 en Tocopilla, Chile, “un pequeño puerto—como él mismo cuenta en su libro *La danza de la realidad*—situado, quizás no por casualidad, en el paralelo 22”, el número que representa a los Arcanos Mayores de estas cartas. Con el tarot no lee el futuro, sino que hace psicomagia, un método terapéutico creado por él que combina chamanismo, psicoanálisis y teatralidad. Es el confin de un largo camino artístico y espiritual que lo llevó, de ser tiritero en Chile, a discípulo en Francia del mimo Marcel Marceau, o a cineasta de culto en México financiado por John Lennon (con el film *La Montaña Mágica*, de 1973). En el mundo profano, Jodorowsky es actor, dramaturgo, novelista, director de teatro, historietista, cineasta. Pero, sobre todo, Jodorowsky es un perseguidor infatigable de las tramas mágicas que anidan en el inconsciente: investigó sobre los libros sagrados hinduistas, los Upanishads; sobre cómo intervenir en los sueños practicando las

técnicas de Hervey de Saint-Denis; o sobre cómo encontrarse con los “arquetipos divinos” —siguiendo a Karl Jung— a través de la alquimia, sobre la que versa el *Rosarium-philosophorum*, un tratado del siglo XIV.

El axioma de la psicomagia afirma que “el espíritu acepta la metáfora”. Es así: luego de la lectura del tarot en torno a una pregunta específica, el consultante deberá llevar a cabo “actos psicomágicos” para destrabar relaciones o emociones estancadas en el pasado, un antiguo aguijón del alma que pervive; lo que en psicoanálisis pudiera ser la neurosis. Según Jodorowsky, el inconsciente no distingue entre realidad y representación, y ciertos traumas pueden ser modificados a través de la ejecución de un determinado acto psicomágico.

“La psicomagia propone que no solo hablamos, sino que actuamos—escribe en su *Manual de psicomagia*—. El consultante, siguiendo un patrón contrario a la psicoterapia, en vez de enseñar al inconsciente a hablar el lenguaje racional, aprende el lenguaje del inconsciente, que está compuesto no solo de palabras sino también de actos, imágenes, sonidos, olores, gustos y sensaciones táctiles. El inconsciente es capaz de



VIAJES



aceptar una realización simbólica o metafórica (...) Los creadores del psicodrama se dieron cuenta de que alguien que acuerda hacer el papel de un familiar puede provocar reacciones en un consultante, como si el familiar estuviera parado allí en persona”. Ahora es el miércoles siguiente, 21 de octubre de 2009, y llego temprano a Le Téméraire. Me toca el número 7.

En su interior, Le Téméraire tiene paredes marrones, lámparas de techo que parecen sombreros de fez marroquíes y un gran espejo pegado detrás de donde se sienta el maestro. Hoy Jodorowsky no vino, así que atienden sus discípulos. A mí me toca el que creo es el mejor, Richart. Empezamos. Le cuento sobre mí. Por alguna razón menciono al abuelo que no conocí jamás, un judío de Bagdad que junto a su hermano migró a la Argentina porque su tío, tras la muerte del padre -mi bisabuelo-, les había robado la herencia.

Richart me pide que haga una pregunta al mazo: “¿Cómo pasar a la acción? Muchas veces me quedo en la idea, como si algo me

trabara”, le digo. Saco cuatro cartas. Las ve. Me habla de mi madre castradora que me ama sin límites, de la ausencia de mi padre. “No quieres dinero porque si lo tienes piensas que serás robado, como tu abuelo. El dinero es un elemento fálico. Tienes una parte muy femenina dentro tuyo que debes materializar, verla para sacar de tu interior a tu madre y reencontrarte con tu parte masculina. Hacerte hombre implicaría dejar de ser amado por tu madre”. Me da cuatro actos psicomágicos y me hace sacar otras cuatro cartas del mazo para ver el resultado de esas acciones. Saco El Diablo, El Sol, La Papisa y la Carroza. El primer acto psicomágico que me da dice lo siguiente: “Debes vestirme todo un día de mujer de pies a cabeza, de 8 a 20 hs. Al final, te sacarás una foto y se la enviarás a tu madre sin escribirle nada. Tienes que vestirme con ropa interior, peluca, pintura labial. Todo de mujer”.

Sé de inmediato que si vuelvo a Buenos Aires no lo voy a hacer nunca. Al día siguiente, con la idea en mente, viajo a Ámsterdam.

El TGV (el Tren a Alta Velocidad) sale a Ho-

landa de la Gare du Nord. Es 22 de octubre. En el tren viajo en un asiento de espaldas a la dirección por la que enfilamos, como si estuviera regresando a recoger algo que olvidé en el camino. En la estación me espera Alexandra, una amiga holandesa que conocí en Buenos Aires, politóloga y cineasta.

Alex me hospeda en su departamento de la calle Eemsstraat número 34, a media cuadra del Parque Martin Luther King y del río Amstel. Me dice que al día siguiente se va a Nueva York, que la contrató el director de un documental. Y que volverá el día 28. “Te dejo la bici”, me dice, y comienza a anotar en mi cuaderno gente y lugares por conocer. Lo primero que anota es el teléfono de una amiga: “Marieke, antropóloga, vivió en Argentina 2 años, periodista, habla muy bien español. Simpática!”

Quando me quedo solo en la casa, se me hace un nudo en la garganta. ¿Vestirme de mujer? ¿Salir a la calle? ¿Cómo? Pasarán los días y recorreré la ciudad de los canales con la idea acechándome. ¡¿Cómo?! Anoto rastros del viaje en mi bitácora. Del museo



de Van Gogh me gustan *De Hut* (La Cabaña, de 1885) y *Kreupelhout* (Maleza, de 1889), que me hace recordar los collages del Grupo Mondongo. Almuerzo al menos dos veces en un barcito que se llama Broodje Bert, que está frente al canal Singel. A la noche, en el Barrio Rojo, veo cómo una prostituta se trenza a las puteadas con una pareja que disimula mal cuando decide sacarle una foto, lo cual está prohibido. De la casa de Anna Frank me impresiona el cuarto que Anna compartía con el dentista alemán Fritz Pfeffer: recortes pegados a la pared de la Princesa Elizabeth de York, el *David* de Michelangelo, Norma Shearer, Greta Garbo, la actriz noruega Sonja Henie. En la libreta, anoto: “Anna Frank escribía para ahogar las penas. Anna Frank tenía las penas ahogadas. Embellecer su vida, para ella, era emparchar la pared. Anna aplicaba a lo que dice Jodorowsky: el espíritu acepta la metáfora”.

Esa noche ceno en un restaurante tailandés, el Bird, de la calle Zeedijk. El mozo es gay, así que al final del servicio le cuento mi propósito. Le pregunto si conoce a alguien que pudiera ayudarme a vestirme de mujer,

que solo no me animo. Me pide el teléfono, dice que conoce a una persona. Cuando me voy en mi bici, llamo a Marieke, la antropóloga, que habla muy bien castellano. Vamos al bar Diva's, tomamos oporto. Esa noche no nos besamos. Cuando vuelvo a la casa de mi amiga Alexandra, saco de la mochila un objeto que compré por la tarde: una peluca brillante, negra, lacia, ridícula. El cotillón de un casamiento.

La calle donde vive Alexandra tiene un edificio que ocupa toda la cuadra. Son tres pisos con ladrillos oscuros a la vista y los marcos de las ventanas pintados de blanco. ¿Años 60? En cualquier caso, sofisticación. Por el barrio no pasa una mosca, mucho menos un auto. Por la ventana del departamento de Alexandra entra una luz tan brillante que pica. El living del departamento tiene una *Chaise longue* de color crema, un reproductor de música de donde salen canciones como “Sympathize”, de Amos Lee, o “I’m stronger than you”, de Amy Winehouse. En el sillón, estoy echado y viendo el DVD de

Goodbye, Lenin!. Básicamente, la película es la historia de un joven que hace lo imposible para sostener la apariencia de realidad de un pasado en el cual su madre pretende seguir viviendo.

Cuando termina la película, me pongo a llorar a mares. Inesperadamente, desconsoladamente. Lloro con sonido, con un sonido incontinente, un sonido estomacal. Es un dolor audible, intragable.

Al día siguiente, Alexandra, que acaba de llegar de su viaje a Estados Unidos y es una mujer de acción, me dice que no hay que esperar ni un minuto más. Así que me afeito al ras con una Gillette y ella me pinta con rouge y rimmel traídos de Nueva York. Me da unas medias can-can porque sus bombachas no me entran. Me pongo corpiño; pretendemos rellenarlos con dos esponjitas del lavavajilla, pero dan una teta torpe, muy rectangular. Lo resolvemos con un pañuelo: mi propia mujer tendrá tetas/pelotitas-de-tenis. Alexandra me elige toda la vestimenta: una pollera *gipsy* oscura con pintitas violetas y rojas; camiseta marrón y, arriba, una casaca violeta con lazo que alcanza para taparme los pelos del pecho.



Como hace frío, el atuendo se completa con una camperita ajustada marca Adidas y por encima un saco negro de pana a cuadros. Me cuelgo una cartera hindú y Alex me pone un collar que es un medallón de chapa plateada con dos elefantes.

Antes de salir, me miro al espejo. Tengo puesta la peluca sintética de 15 euros que compré en un negocio de cotillón de Halloween. Estoy loco, pienso, cuando ya en la vereda me monto en el asiento de atrás de la bicicleta de mi amiga. Por suerte, ya es tarde para arrepentirme.

¿Qué debería hacer para que esta sea realmente una experiencia transformadora? Entrar en contacto con la gente, me respondo. Vamos en la bici detrás de un tranvía, camino a un mercadito de ropa a cielo abierto –¿en el barrio Diamantbuurt?– en el que Alexandra me dejará. Tengo miedo de ser agredido. También pienso que sería demasiado ridículo conservar una voz varonil. En Buenos Aires, hago teatro; leí algunas notas sobre la moda del *cross-dressing* entre hombres héteros. Todo eso me da ánimo. Será una *mis-en-scène*, me digo. En realidad, será una puesta en escena de ese poema de Olga Orozco con el que tanto me identifico: “yo me tiendo a roer los huesecitos de tantos sueños muertos entre celestes pastizales”. ¿La peluca me hace parecer una bestia? Soy una travesti pobre a la que no le alcanzó la guita para comprarse una cabellera postiza de verdad. Soy un sueño trunco intentando salir del pantano.

En un puestito del mercado, el dueño, que es chino, no se decide a atenderme. ¿No hablará inglés? ¿Le daré asco? Al final, accede a venderme guantes de cuero para un amigo. Sigo caminando. Me sorprende un hombre de unos 65 años que me saluda y me habla de mi cabello como con piedad. Se hace el simpático. “Puedo adivinar de dónde es usted”, me dice, con un mohín de coquetería: “Del Medio Oriente”. Le digo que no, que mi abuelo paterno sí, pero que yo nací en Argentina. No le hablo de lo que le dije a Richart cuando me tiró las cartas: que ese abuelo al que no conocí solía castigar a sus hijos –entre ellos, mi padre– dando cinturonzos mojados en las plantas de sus pies. Hablamos un rato,

me parece que intenta seducirme. Me apuro a despedirlo.

Salgo del mercado decidido a caminar lejos del gentío. Paso cerca del Vondelpark y tomo por una calle, creo que la Overtoom. Pienso: cualquier lugar adonde vaya, aunque esté desolado, no importa, el acto sirve igual, se trata de hacer aflorar esa mujer que habita en mí, a Saturno devorando a su hijo. Debería concentrarme en la femineidad más que en la mirada de los otros, me digo. Y sigo caminando. Hasta que me agarran ganas de mear. ¿En dónde?

“Tengo miedo de ser agredido. También pienso que sería demasiado ridículo conservar una voz varonil”.

En el bar uso el baño de mujeres sin importarme el reparo de la camarera. Luego, leo la carta, es un lugar caro. Elijo para almorzar una sopa de tomates. Cuando escucho mi cuchara rascar el plato me detengo: puedo parecer patético, pero un patético haciendo cosas patéticas, no. Me sigue doliendo la mirada de la camarera y me voy.

Al salir, camino por calles más tranquilas. Emulo una mujer: bamboleo las caderas, desato los hombros. Intento “adelgazar” el tranco caminando sobre una línea imaginaria, como en un curso de *mannequin*. Cada vez me sale mejor. Cuando empieza a ano-

cheer me animo un poco más, me parece descubrir el truco. Imito el andar de una compañera de trabajo que tiene un modo de moverse a base de pasitos cortos, como de gueisha, aunque tenga un look rolinga.

Así paso la tarde. Inauguro una nueva tipología de *flâneur*: el que camina para ocultarse. Ya tarde, tomando fotos de la caída del sol sobre un puente que cruza un canal, dos hombres me preguntan haciéndome notar su violencia: “*How much?!?*”. Entonces decido emprender el camino de vuelta. Ya en el barrio Jordans, paso frente a la Casa de

Anna Frank, luego por el bar donde hace unos días tomé té de menta y me sentí triste. Cuando estoy pensando en entrar, me llama Alexandra. “Estoy en un bar con amigos. Venite”. Ya van a ser las 8, hora de convertirme de nuevo en lo que soy –¿de nuevo?– en este cuento de Ceniciento al revés. Camino bordeando los canales de Ámsterdam con una sensación de satisfacción, de victoria. El primer acto psicomágico está cumplido.

A la noche, vuelvo al Diva’s con Marieke, la antropóloga. En su casa, nos besamos, tomamos aguardiente. A las 6 de la mañana me voy corriendo: estoy a punto de perder el tren de regreso a París.

Más de siete años después, cuando en Playboy me preguntan qué crónica de viajes quisiera escribir, yo digo “Ámsterdam, 2009”. Un sábado me levanto pensando que aquel cuaderno de bitácora debería estar entre los cuarenta blocs de trabajo que aún guardo en un placard. Busco en cada tapa, pero las fechas no coinciden.

Justo cuando pensé que había sacado todos, veo un cuaderno violeta escondido al fondo del cajón, marca Estrada, cuadriculado y con anillos. Son los rastros de ese viaje. Lo leo entero. Lo devoro. En Google Maps vuelvo a la Eemsstraat número 34. Vuelvo al llanto. Vuelvo al miedo. Vuelvo a la calle. Y al final de la noche, con sus labios.

Un cuaderno de trabajo es también una lista de sueños. De sueños liberadores, de sueños trunco. En la última entrada del viaje a Europa, leo una anotación posterior, ya en Buenos Aires, que dice: “Club Eros, 19 de noviembre de 2009. En Ezeiza me esperaba mi vieja”. ■





Piel paísa

En Medellín todo se ve desde arriba: sobre las colinas hacia el valle o desde el Metro, por encima de la ciudad. Pero es imposible ver a María Fernanda Muriel y no sentirse por debajo de ella: toda Colombia está en su piel.

MODELO **MARÍA FERNANDA MURIEL** FOTOS **MELISSA CARTAGENA**













Daniel Hendler

Se hizo conocido en el papel de un joven de los 80 depositado en los 2000 para una publicidad de Telefónica. El simpático Walter tuvo una suerte de reencarnación en la tira de Telefe Graduados, replicando su popularidad en la piel de otro joven quedado en el tiempo. En el medio, se consolidó como uno de los mejores actores de comedia –y no tanto– de la Argentina. En marzo estrenará su segunda película como director, El candidato, una sátira de la idiosincrasia marketinera de la política moderna.

Hace rato que la política es, sobre todo, un asunto de marketing. La preparación de un candidato exige una disciplina seriable que se ajuste a los volátiles preceptos del *management*, ese mandamiento inviolable del ambiguo universo de los “recursos humanos” que ha evolucionado hasta ingresar con autoridad en los ámbitos menos sospechados. En *El candidato*, Daniel Hendler trabaja con esa perspectiva en mente. Un grupo de colaboradores intenta ser servicial y efectivo para que un aspirante a un cargo político de envergadura pueda alcanzar el objetivo. Pero los preceptos que circulan entre ellos como fórmulas no son del todo sólidos. Y las relaciones se empiezan a agrietar cuando las dudas arrecian. Hendler narra ese resquebrajamiento con un humor muy sutil, más confiado en los detalles y su acumulación que en el efectismo y la estridencia espasmódica.

Es inevitable asociar la figura de Martín Marchand (interpretado brillantemente por Diego de Paula) a la de Mauricio Macri. Y no sólo por sus iniciales y por el juego de sombras con los nombres de sus partidos. Pero Hendler prefiere desmarcarse muy rápido de la cuestión y proyectar su película hacia un espacio que exceda las referencias puntuales. Es cierto que la trabajosa construcción mediática de un futuro líder no se inventó en Argentina. Él mismo enunciará en esta entrevista los casos equivalentes que se sucedieron en América Latina en los últimos años. Pero también queda en evidencia que Marchand se parece mucho a la imagen del presidente argentino que agitan sus detractores: una personalidad titubeante y acomplexada, agobiada por la constante adulación de su “equipo”, débil ante los desafíos más pedestres y acechado por una conflictiva relación con su padre. Martín es

Marchand. ¿O es Macri?

“El disparador es el período de angustia que atravesé con la vida política argentina en los últimos años, está claro”, señala Hendler, uruguayo, 41 años, famoso a partir de una eficaz campaña publicitaria de una compañía telefónica creada a principios de la década pasada y hoy consolidado como actor con prestigio y popularidad.

Hendler también es director de cine. Debutó con una comedia atípica e inspirada, *Norberto apenas tarde* (2010), en la que el protagonista, un personaje naturalmente desangelado, también recibe el consejo de tomar alguna vez un curso de “reafirmación personal”. En sintonía con ese precedente, el atribulado empresario de *El candidato* se somete a las leyes del *coaching*, consciente de que su supremacía –muy apuntalada por los axiomas del *new age* que también han fortalecido a muchos cultos religiosos– se ha





ENTREVISTA

consagrado en casi todos los órdenes de la existencia en el capitalismo. “Empecé a notar cómo algunos dispositivos de comunicación siniestros conquistaban cada vez más terreno -continúa Daniel-. Discursos completamente alienados, parecidos a los de la publicidad, que ya no tiene por qué decir nada valioso ni concreto para vender. Eso lo tenemos aceptado. Ni siquiera hay una relación real entre una publicidad y el producto que se intenta vender. Y la angustia que me provocó todo eso se cruzó con las ganas de adaptar al cine una obra teatral mía titulada *Los magníficos* que hice en Montevideo en 2001. En esa obra ya estaba ese clima de *thriller* con el que coquetea esta película. Igual, de a poco me fui sacando de encima esa angustia y fui virando hacia la comedia. No tiene mucho sentido hacer una película parapetado en una posición fija, enrolado en un bando. No podés lograr nada muy interesante de ese modo”.

En la película, una producción uruguayo-argentina de costo moderado que se filmó en una estancia de la pequeña localidad uruguaya de Florida, muy cerquita de Durazno, hay actores de los dos países y todos están muy bien. Matías Singer (también músico, hermano de Hendler), Ana Katz (cineasta, directora de teatro, pareja del director), José Luis Arias, Alan Sabbagh, César Troncoso, Roberto Suárez y Verónica Llinás -componiendo una ambigua y desopilante aliada que se puede asociar fácilmente con la siempre inestable Elisa Carrió- son los que rodean a un protagonista que se luce porque forma parte de un auténtico *team* (el mismo sueño que desvela al PRO desde sus orígenes) al servicio de la película.

“Pienso igual que en el fútbol: si me pedís que arme el equipo ideal pongo mitad argentinos y mitad uruguayos”, bromea Hendler, instalado en Buenos Aires hace ya muchos años. E insiste con su obsesión del momento: “Me daría pena que la película quede asociada al nombre de algún político en particular. Incluso yo le tengo afecto al protagonista, más allá del rechazo que me provocan muchas de las cosas que hace. La idea no era demonizarlo. Más allá de que el origen de esta película tiene que ver con la realidad política argentina, fueron apareciendo en la región otros referentes políticos parecidos, tanto en Uruguay como en Chile. En el trabajo con el protagonista hicimos un repaso de todos estos personajes que empezaron a pulular en la región: Macri, Luis Lacalle Pou, Héctor Novick, Sebastián Piñera... Son tipos a

primera vista medio inútiles, pero con algunas habilidades particulares, como la capacidad para leer los labios del candidato de nuestra película. Y que son capaces de usar artimañas para llegar al poder. Se dice que Piñera empezó robándole una idea a alguien para enriquecerse como empresario en el negocio de las tarjetas de crédito. Son todos defensores del capital disfrazados de políticos. En ese universo se mete la película”.

PLAYBOY: Hay mucho de sátira en *El candidato*. Una especie de tono bufonesco que caracteriza a la película.

DANIEL HENDLER: Sí, hay algo de eso. Pero la película esconde una zona más os-

mino incorrecto, porque la tarea de los asesores que lo rodean es inventarle una personalidad. Hoy por hoy, la idea del éxito es todo. Uno puede hacer lo que sea en función de conseguir éxito. Aún si eso implica saltar los parámetros de la ética. Pero la película no busca hacerle daño a nadie. En todo caso, pone un espejo que puede distorsionar un poco con el objetivo de que nos riamos. Eso puede despertar una reflexión sobre estos temas. No estaría mal que alguno de estos atorrantes que abundan en la política actual se mirara alguna vez en ese espejo.

PLAYBOY: Vos tuviste éxito, y fama, gracias al Walter de las publicidades de Telefónica y a tu protagónico en la tira televisiva *Graduados*. ¿Cómo viviste esos momentos?

HENDLER: Me terminé corriendo, fundamentalmente por el miedo al fracaso. No quería caer en picada, sino bajarme yo solito, tranquilo. Y la verdad es que mi estructura psíquica no soporta tanta locura. Prefiero llevar una vida más normal que la que me proponen todo el tiempo cuando aparecen esos éxitos. Es más por todo eso que por una cuestión ética o por querer enseñarle algo a alguien. Después de *Graduados* estaba la posibilidad de hacer otra tira diaria, con ciertas posibilidades de decidir qué tipo de cosa me interesaba más, incluso. Pero yo elegí otra cosa. También tuve mis pequeños autoboicots en el mundo del cine. Me proponían embarcarme en producciones un poco más grandes que las que suelo hacer y, ya no tan conscientemente, arruiné un par

de chances sin reflexionar mucho. Pero no me arrepiento del todo.

PLAYBOY: ¿Te sentís cómodo dirigiendo? Imagino que tratás de evitar hacer lo que no te gusta que los demás hagan cuando te dirigen.

HENDLER: A mí me emociona mucho la posibilidad de darle a un actor la chance de hacer algo que yo considero que está bueno. Lo hago con convicción y con honestidad. Es fundamental proponerle al actor el desafío justo y la motivación justa. Siempre insisto con la idea de no plantearle de entrada un resultado determinado, sino más bien traducir eso en el problema adecuado para que el actor lo resuelva por sí mismo y lle-

“Pienso igual que en el fútbol: si me pedís que arme el equipo ideal pongo mitad argentinos y mitad uruguayos”.

cura, detrás de esa apariencia. Lo que está funcionando por debajo al final no es tan gracioso. Al menos eso me parece a mí. El humor es una forma de abordaje que te permite elevarte y no quedar atrapado en la angustia. Y sirve para hacer preguntas y no exhibir únicamente convicciones. Una película que solo quiere convencer al espectador de algo es muy aburrida.

PLAYBOY: El protagonista parece estar más interesado en la idea del éxito que en la política como posibilidad de modificación de la realidad, ¿no?

HENDLER: Es un pobre tipo que, más allá de ser millonario, trata de destacarse, de afianzar una personalidad. Pero elige el ca-



ENTREVISTA



Hendler tiene su propia productora de cine, Cerdón Films, nombre que alude al barrio de Montevideo donde funciona su oficina. Desde su punto de vista, la situación del cine uruguayo dista de ser la más deseable. “Los fondos destinados a la producción de cine están congelados hace rato. Y se recortaron los presupuestos. Nos haría falta una ley como la que está en vigencia en Argentina, con un instituto autárquico que se nutre de impuestos que provienen de la misma industria -explica-. En Uruguay, la plata para el cine depende del presupuesto general que se aprueba anualmente en el Parlamento. Entonces está muy a merced de cada proyecto político y cada situación concreta. Al mismo tiempo que crecen las escuelas de cine, se va recortando el presupuesto. Eso genera un ambiente fratricida: hay dos concursos y cada uno premia a tres proyectos, pero hay cuarenta que merecen ser filmados. Yo creo que al gobierno uruguayo le cuesta ver todo lo que el cine motoriza. El Frente Amplio es en mi opinión lo mejor que puede tener hoy

Uruguay, pero sus políticas culturales son erráticas. Para colmo, Martín Papich, el actual director del Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay, cree que lo mejor es llevarse bien con los exhibidores y que ellos decidan el destino del cine uruguayo”. En Argentina, con unas condiciones más favorables, el actor y director uruguayo ha podido producir *Guía 19172*, una miniserie de diez capítulos de quince minutos sobre los efectos de la ley que regula la producción, distribución y venta del cannabis en Uruguay. Se la puede ver gratis en UN3, el canal online de la Universidad Nacional de Tres de Febrero. También está ensayando una obra de Heidi Steinhard titulada *El inestimable hermano* que se estrenará en septiembre en el Espacio Callejón, un enclave fundamental del teatro off porteño. Y colaborará en *Sueño Flornópolis*, película que dirigirá su mujer Ana Katz, con Mercedes Morán y Gustavo Garzón como protagonistas. “Capaz que me toca algún papel ahí, pero sobre todo voy a hacer de padre mientras Ana labura”, aclara.







ENTREVISTA

que a una solución lo más parecida posible a aquello que el director imagina. Eso siempre enriquece el proceso, empuja al actor a apropiarse del personaje. Después, cada actor es diferente y hay que saber convivir con eso. Pero creo que no soy tan buen director con los demás como me gusta que sean conmigo cuando actúo (risas).

PLAYBOY: ¿Qué no te bancás de un director?

HENDLER: No me gusta cuando tiene autoimpuesta una imagen de la que no puede salir. Eso te impide conectar con lo que está pasando. He trabajado con directores muy obsesivos y con otros que casi no me dieron bola. No tengo tantas preferencias, pero es lindo cuando hay un buen guión y un director conectado con lo que quiere hacer. Las pocas experiencias frustrantes que tuve se dieron cuando el director evidenciaba que sentía su lugar en peligro y estaba más dedicado a mostrar su autoridad que a dirigir. Muchas veces alcanza con enmarcar o contener lo que está sucediendo, nada más. Si estás atrapado en un problema de autoestima, las cosas no fluyen, ni aparece lo que más necesita un actor, que es observación, contención.

PLAYBOY: ¿Cuándo decidiste dedicarte a la actuación?

HENDLER: Me costó bastante, en realidad. Y todavía me parece una profesión desprotegida, mucho más en el mundo de hoy. Dependés totalmente de los demás, salvo si sos autogestivo, una faceta que yo cultivo más como director. Hace unos cuantos años estudiaba arquitectura en Montevideo, pero también tenía una relación ya establecida con la actuación. A mediados de la década del 90 empecé a formarme y pronto me puse a dar clases de teatro, armé mi propio grupo y ya iba cada vez menos a la facultad. Hasta que un día me decidí y dejé la carrera definitivamente. Me costó un poco por la culpa de abandonar una carrera, pero lo hice. A los 25 años fui a renovar el pasaporte y puse "actor" en el apartado de la profesión. Pero todavía me cuesta asumirlo completamente. ¿Qué es ser actor? ¿Esperar gustarles a los demás y que te llamen para laburar? Eso me parece medio terrible. Igual, hoy ya me acostumbré. Los actores tenemos un lugar en el mundo, yo lo acepto y trato de buscarle un espacio ahí.

Pero todavía pienso que sería más feliz si fuera escritor y músico que actor y director, como soy.

PLAYBOY: En tus dos películas hay algunas constantes visibles. ¿Te parece que son parte de un estilo?

HENDLER: Es un poco prematuro para ha-

me dan la oportunidad de presentar como natural algo enrarecido o sujeto a alguna lógica extraña. En cuanto a lo temático, en la dos películas se repiten cuestiones sobre qué es la verdad y qué es la mentira en un mundo que siempre luce bastante difícil para los personajes.

PLAYBOY: ¿Podés mencionar a algunos artistas cuyo humor te convoque?

HENDLER: Woody Allen y Leo Masliah son para mí dos clásicos. Me hacen reír emocionalmente. Me provocan gracia y afecto al mismo tiempo. Tengo cierta idolatría por ellos.

PLAYBOY: Vivir en Montevideo es una ambición recurrente entre los porteños. ¿Vos hiciste el camino inverso? ¿Pensás en un futuro regreso?

HENDLER: Estoy en pareja con una argentina y tengo dos hijos que criamos acá. Ya estamos muy instalados como para cambiar. Y además no es fácil abrirse camino en Montevideo. Hoy todo funciona en términos de mercado y el uruguayo es un mercado muy chico. Por otra parte, la situación en Argentina está complicada, pero Uruguay no es ajeno a lo que está pasando en toda la región. El gobierno uruguayo no está dentro de los parámetros de esta ola de neoliberalismo de mierda, pero los medios replican sin culpa el discurso de que todo lo público es malo y lo privado, bueno y eficiente. Los mismos cuentos que escuchás acá... En Argentina pasa lo que está pasando en todo el mundo. La gente está muy alienada por la saturación de información. Y el capital ya es un animal que se retroalimenta solo. Todos somos secuaces del capital. Algunos más esclavos, quizás. Pero es una maquinaria que hoy se mueve sola. Estos impresentables que aparecen gobernando no son ni malos ni buenos, son como *gremlins* que se reproducen por la dinámica del mismo capital y

aparecen ocupando el lugar que les está reservado en ese esquema. Hay algo del sueño del consumo permanente que se nos escapó de las manos. El consumo provoca algo parecido a lo que producía el agua en los *gremlins* de la famosa película de Joe Dante: un descontrol difícil de contener. Si querían un hombre lobotomizado, ya lo consiguieron. ■

"A los 25 años fui a renovar el pasaporte y puse 'actor' en el apartado de la profesión. Pero todavía me cuesta asumirlo. ¿Qué es ser actor? ¿Gustarles a los demás y que te llamen para laburar?"

blar de eso en mi caso. Yo encuentro coincidencias más temáticas que de estilo. Y el estilo es algo en apariencia accidental, pero siempre tiene un sistema detrás, algo que se disfraza de casual. Me gustan mucho los dispositivos que no se ven ni se entienden de movida pero están operando detrás. Quizás sólo me sirvan a mí, pero en todo caso





EXPECTATIVA



ESO QUE NOS



MANTIENE VIVOS



PLAYMATE

Buen día, día

Una mañana con Enikő Mihalik.

FOTOS **DAVID BELLEMERE**









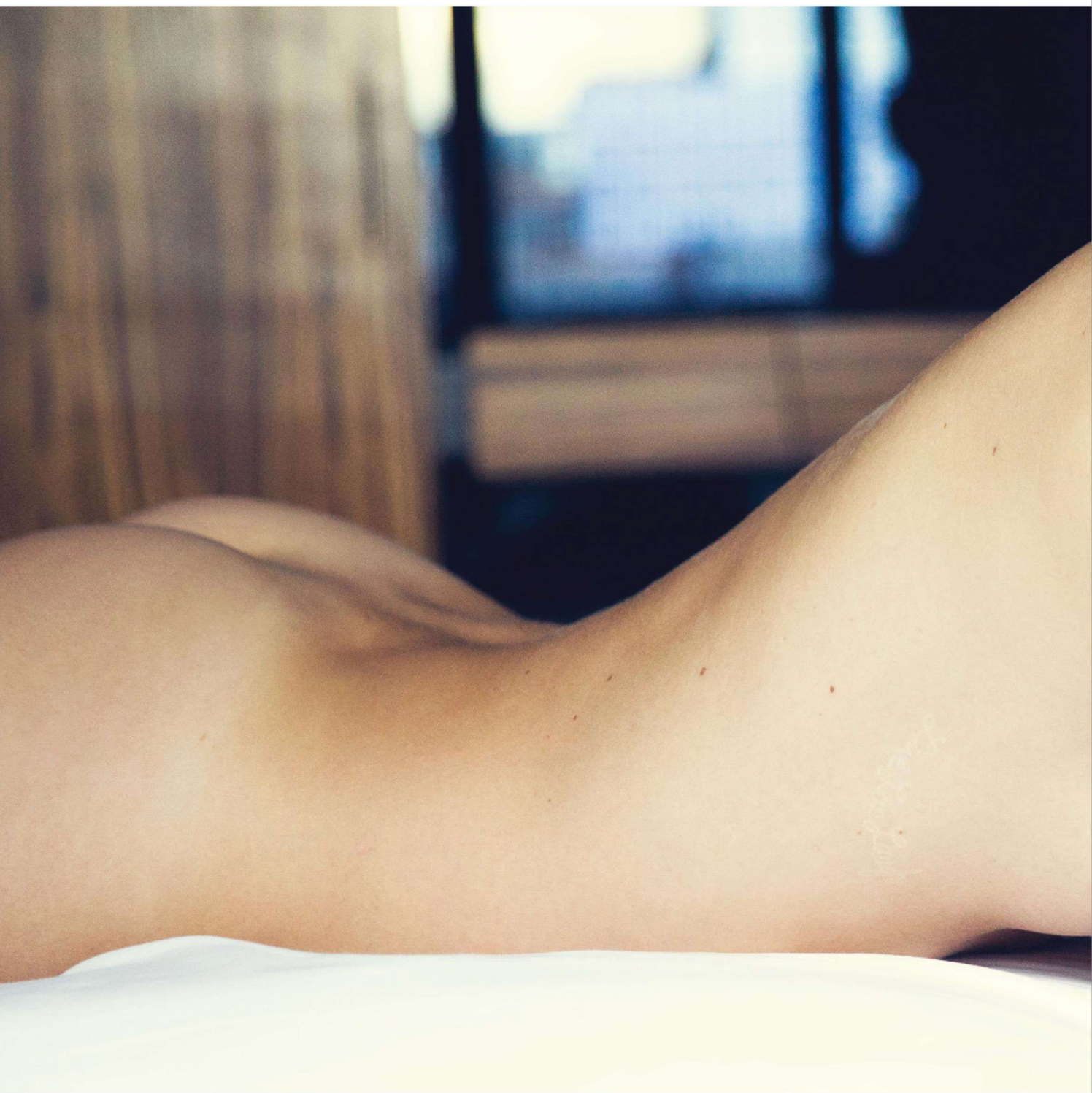














EVENTOS



Day Trip

HERENCIA CUSTOM GARAGE INICIÓ EL AÑO CON SU TRADICIONAL TRAVESÍA POR LAS RUTAS URUGUAYAS. PARTIENDO DESDE JOSÉ IGNACIO Y CON PARADAS EN EL PUEBLO DE EDÉN, LA CIUDAD DE MINAS Y LA SIERRA DE LOS CARACOCES, MÁS DE 60 RIDERS CONCLUYERON UN DÍA ESPECTACULAR EN LA BARRA, PUNTA DEL ESTE. NICO BERICIARTÚA (EL HIJO DE VITICO), MUSICALIZÓ LA LLEGADA CON CLÁSICOS DEL BLUES, ACOMPAÑADOS DE CERVEZA Y UNOS DRINKS.



1. TODA LA FAMILIA DISFRUTÓ DE UN DÍA SOÑADO JUNTO A HERENCIA CUSTOM GARAGE. **2.** LA RUTA 9 DE URUGUAY FUE EL ESCENARIO IDEAL PARA LA TRAVESÍA. Y **3.** UNA VEZ CONCLUIDO EL VIAJE, LOS AMIGOS DE SIEMPRE SE RELAJARON CON UNA CERVEZA. **4.** UN HELICÓPTERO Y UN MUSTANG GT ESCOLTARON A LOS RIDERS DURANTE TODO EL VIAJE.

PLAYBOY

SE IMPRIME EN



GALTPRINTING

Nos especializamos en producir
libros, revistas, catálogos y brochures

Estamos para asesorarlo, no dude en contactarnos

EVENTOS



1 Y 5. FLOR VENTURA, CHICA DE TAPA DE PLAYBOY ENERO, ESTUVO EN LA PRESENTACIÓN DE JACK DANIEL'S HONEY EN EL UFO POINT DE PINAMAR. IVÁN NOBLE TAMBIÉN DISFRUTÓ DE LA FIESTA. **2 Y 4.** KARINA LA PRINCESITA DIJO PRESENTE EN ACERCARTE, EL CICLO DE EVENTOS CULTURALES DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. ANTONIO BIRABENT Y MILO LOCKETT APORTARON SU CREATIVIDAD EN ACERCARTE. **3.** MICA BREQUE ASISTIÓ AL PUNTA DEL ESTE SUMMER FESTIVAL, AUSPICIAO POR ABSOLUT ELYX. NACHO VIALE TAMBIÉN DISFRUTÓ DE ESTE VODKA ESPECTACULAR. **7.** VITTO SARAVIA Y JULIETA PRANDI DISFRUTARON DE UNAS HAMBURGUESAS DE LA LÍNEA SIGNATURE DE MACDONALD'S EN EL EXCLUSIVO MCTRUCK DE PINAMAR.



EN ESTE
CARNAVAL,
APRETÁ **EL POMO.**



FALIC[®]
EXCITACIÓN
GEL ÍNTIMO
con L-Arginina
Pura Excitación

FALIC[®]
GEL ÍNTIMO
PURO PLACER



• No altera el PH del medio vaginal. • No irrita la piel ni la mucosa rectal. • Sensación de lubricación natural. • No mancha, no deja residuos, es inoloro. • No daña los preservativos. • Dermatológicamente testado.

QUÉ LINDO QUE ES **CON GEL**

Lea atentamente el prospecto. Ante cualquier duda consulte a su médico y/o farmacéutico.

 **trb pharma**



HISTORIA



WISCONSIN, 1981

Una conejita da una vuelta en globo aerostático sobrevolando el Playboy Club del Lago Geneva.



TROPA
TRAINING CLUB

CROSSFIT | ENTRENAMIENTO FUNCIONAL
DANCE HALL | RUNNING TEAM

**LLEGÓ AL
ROSEDAL DE PALERMO**

★
JOIN THE WOLF PACK



| 2 BOX DE CROSSFIT |
BOX PARA ACONDICIONAMIENTO FISICO | TROPA UNDERGROUND
BA GREEN RESTO | HEALTHY CHOICES FOR A HAPPY WAY OF LIVING

Av. Libertador 3883 CABA, Paseo de la Infanta Arcos 5, 6 y 7

www.facebook.com/crossfittropa



Más de 35,000 torneos diarios
Más de USD24 millones repartidos en premios todos los días
Al alcance de tus dedos
En tu móvil
Esperando ser jugados
Somos el hogar de los torneos

somos poker

PokerStars.net