

"Ted Lasso", en Apple Plus:

Un corazón sencillo

CHRISTIAN RAMÍREZ

Extraña es, por decir lo menos, la forma en que se generan los éxitos en la era del *streaming*. Si en los viejos días de las salas de cine la medida última del impacto obtenido por un filme era la cantidad de *tickets* cortados —sobre todo los del fin de semana de estreno—, hoy todo se ha vuelto más confuso e incierto. Por ahora hay, básicamente, dos métodos: la cantidad de *plays* que genera tu producto y el efecto que este causa en las redes sociales. Sobre el primero, su debilidad radica en que son las propias compañías las encargadas de definir qué es un "play". Según Netflix, por ejemplo, uno se convierte en espectador cuando pasa al menos dos minutos seguidos mirando un material determinado. Dos minutos. Es así como se explica la audiencia de 120 millones de usuarios que, en poco

más de un par de semanas, ha conseguido alrededor del mundo la serie del momento, El juego del calamar. No importa si la viste en *fast forward*, la dejaste después del primer capítulo o a la mitad. Cada vez que hiciste clic sobre un episodio diferente contribuiste al gran total.

TED LASSO

(Estados Unidos, 2020-21).
COMEDIA.
Creada, producida y protagonizada por Jason Sudeikis. Disponible en Apple plus.

La otra vía —influencia en las redes— es, sin duda, más difusa, pero aún así la avalancha de posteos, memes y homenajes alcanza a dar una cierta idea de la penetración que tal película o serie está generando en la cultura a nivel masivo. Y es en ese campo donde la maquinaria del Calamar se ha ido quedando corta frente a un fenómeno harto más modesto, pero muy persistente, como el de Ted Lasso.

Al contrario de la serie coreana, cuya trabajada premisa sobre un grupo de competidores que van siendo asesinados en pruebas estilo *reality* funciona como eco de

una metáfora de igual grandilocuencia —las sangrientas pruebas semejarían la forma en que el sistema demuele al hombre contemporáneo, etc.—, todo el edificio de Ted Lasso se apoya en un simple absurdo: un entrenador de fútbol americano es contratado para dirigir un equipo de la Premier League británica. El tipo no tiene idea de las reglas, lógica interna o el inmenso fanatismo que despierta este deporte que él y sus compatriotas llaman "soccer", pero sí entiende bastante de *management*, de disciplina, cohesión grupal y sobre todo de relaciones a escala humana. La dura realidad, sin embargo, es que eso no basta cuando tienes que meter la pelota en el arco contrario cada fin de semana, si no quieres irte a segunda división al final del torneo.

"¿En este fútbol los equipos descienden?", pregunta un inocente Lasso. No extraña que los fans lo quieran muerto.

Estrenada por Apple Plus con mínima fanfarria y a mediados de agosto del año pasado, el programa



El camerino vacío del AFC Richmond, el ficticio club de fútbol al centro de "Ted Lasso". Arriba del umbral, un pequeño letrero mal colgado: "believe".

tuvo una sobrevida mucho más allá de sus 10 capítulos originales. Con las semanas y los meses, el personaje y sobre todo su frase preferida "believe" —siempre mal colgada en el camerino del desastrado (y ficticio) AFC Richmond— efectivamente se convirtieron en objeto de miles de interacciones virtuales, apresurada revaloración crítica (varios comentaristas la habían despachado antes por sosa y predecible) y, cómo no, tema para decenas de mediocres artículos acerca de la presunta sutileza y la infinita va-

riedad de sus personajes secundarios y mundo narrativo. Pese a toda la challa alrededor, nada tuvo su eventual vuelta olímpica: la primera temporada de la serie arrasó en la reciente entrega de los Emmys justo cuando la segunda todavía se encontraba al aire y se confirmaba una tercera entrega. ¿Da para tanto la cosa?

No es la pregunta correcta. Más allá de su perfecta ejecución técnica, de las amables intrigas, de subtramas ñoñas y finales agriados, el efecto de Lasso se devalúa si lo medimos solo en tér-

minos de éxito crítico o comercial. De hecho, solo se aprecia realmente desde la expectativa del espectador que renuncia a pasarse de listo y se deja acunar por la clásica fórmula del pez fuera del agua que, puesto al borde de su mundo, acaba por aprender a nadar y hacer suya una nueva pecera; llámese esta vida familiar, vida laboral, vida pospandemia, da lo mismo: Ted Lasso —ese personaje que el comediante Jason Sudeikis creó para unos divertidos comerciales de la temporada de fútbol inglés en el canal NBC Sports, a principios de la década pasada— quizás sufra de un exceso de optimismo y bondad inserto como está en un negocio televisivo que hoy parece estar lucrando a manos llenas con delirios terminales y relatos apocalípticos; pero, tal como alguna vez le ocurrió a Hawkeye, el cirujano de M*A*S*H (1972), y a Sam Malone, el dueño del bar Cheers (1982), nuestro entrenador no es un mero despistado o un hazmerreír, sino un sujeto que paso a paso está llamado a crear junto a quienes le rodean nada menos que una nueva comunidad. Que lo haga ganando, empatando o perdiendo, parece ser lo de menos.