

¡MÍRAME, TONTO! LAS MENTIRAS DE LA TELE

MARIOLA CUBELLS

ROBINBOOK - BARCELONA, 2003 - 234 P

El debate que en los últimos cinco años ha sido permanente en el ámbito científico y profesional sobre qué es la 'telebasura' y cuáles son las soluciones —en caso de que exista algún problema— que productores, directivos e incluso el Gobierno (se ha llegado a sugerir) deberían adoptar, adquiere con el texto que comentamos a continuación una nueva dimensión, una perspectiva que permite abordar este fenómeno desde un punto de vista más global. Más que hacer referencia a un nuevo formato o género, lo que se ha venido en denominar 'telebasura' alude más bien a un tipo de contenidos así como a la forma de abordarlos cuyas características más sobresalientes serían el predominio del morbo, la apelación fácil a la sensibilidad (¿sensiblería?) y, en fin, contenidos que se dirigen a cualquier parte menos a la cabeza. Curiosamente, las críticas se han dirigido exclusivamente a la televisión, permaneciendo ajenas, al menos hasta el momento, la radio y la prensa. Si convenimos que la definición ofrecida anteriormente es acertada, no parece del todo justo que sea el medio televisivo el que acapare los comentarios, a menudo viscerales y vagamente argumentados, igual que lo que se pretende criticar. Probablemente, deberíamos hablar también de 'literatura basura', 'arte basura' y cualquier otra cosa que el lector o espectador considere que no le aporta nada, que es fácil, previsible, que apela sin justificación a los sentimientos más bajos. En todo caso, no es éste el lugar para reflexionar sobre estas consideraciones, si bien resulta imprescindible hacer constar estas apreciaciones para situar el debate en su justo término.

La literatura producida hasta el momento sobre este fenómeno se ha centrado en el tipo de contenidos abordados y en el perfil de la audiencia que ve estos programas. La periodista Mariola Cubells aporta con el texto *Mírame tonto* un elemento más para la crítica de una forma de hacer televisión que se ha apropiado de las parrillas de las cadenas públicas y privadas de nuestro país. Prologado por la ex Ministra de Cultura, Carmen Alborch, no es un texto académico, ni lo pretende. Es una obra escrita por una profesional con amplia experiencia en la producción de 'reality shows' y 'talk shows', fundamentalmente, pero con un más que notable conocimiento sobre la realización de otros formatos que también encuentran hueco en las parrillas de televisión, como los concursos, las galas o los magazines.

Mírame tonto está escrito siguiendo la misma estructura que un magazine, con una presentadora que da coherencia interna al texto y que habla al lector / televidente, pasos a la publicidad, vídeos, testimonios, avisos a la propia presentadora desde realización y, en fin, todos y cada uno de los elementos propios de este formato, lo que confiere agilidad y dinamismo a la lectura. Mariola Cubells no escribe sobre autores ni teorías sino sobre productores, presentadores, directivos de cadenas de televisión y periodistas y sobre hechos concretos y situaciones reales (muchas de las cuales el lector identificará con facilidad si es un asiduo televidente). Con un lenguaje sencillo y desenfadado (el que a menudo se utiliza en las redacciones), a veces, quizá, crudo, la perio-

dista desgrana paso a paso cada uno de los elementos que intervienen en la realización, redacción, producción y dirección de estos programas televisivos, tanto aquellos cuyo contenido se ha calificado como 'basura' como otros que, sin haberlo sido hasta el momento, sirven a la autora para desvelar procedimientos y formas de trabajo, cuando menos, discutibles.

El texto está dividido en cinco bloques / capítulos. El primero resume cómo se ha llegado a la situación actual y que arranca, según la autora, con la aparición de las televisiones privadas. Sin tapujos, reconoce que los periodistas (algunos, espero) "mentimos (...), engañamos (...), sobornamos (...), despreciamos (...), manipulamos (...), somos a menudo racistas (...), estafamos (...)" (pp.25-26). ¿Por qué? "Por la necesidad de tener audiencia"(p.28). La respuesta era previsible y el reconocimiento explícito de los métodos utilizados, alarmante.

El segundo bloque se centra en los productores, directores, presentadores y los periodistas. Explica las técnicas utilizadas para evitar que el telespectador haga 'zapping', cómo se crea el programa y se vende a los directivos de las cadenas, las pautas que el director marca para la elaboración de cada programa y el papel de los presentadores, con la transcripción de cinco entrevistas a conocidos, supuestamente, presentadores que refiere con nombres ficticios y que relatan por qué deciden trabajar en este tipo de programas. En este segundo capítulo, la autora se recrea en la tipología de periodistas que ejercen en estos espacios: desde el que no encaja pero no le queda más remedio (porque de algo hay que vivir), hasta el que encaja pero se cuestiona algunas cosas o el que se planta y abandona el trabajo porque no aguanta más, entre otros.

El tercer bloque trata de lo que se hace y cómo se hace. Es uno de los capítulos más interesantes y desgarradores del texto. Explica con detalle dónde acuden los periodistas para buscar a las personas (cementeros, tanatorios, curanderos...) que después cuentan sus experiencias en el plató, la presión psicológica a la que el director somete al periodista y éste a los invitados. También hay algunas líneas dedicadas a los concursos. ¿Qué si se pueden manipular? "Todos no, el 85% diría yo" (p.142).

El cuarto capítulo describe el perfil de las personas que acuden a los platós de televisión para contar su vida (famosos o desconocidos), del trato que se dispensa al público y de los criterios de colocación, nada arbitrario, de éste en el plató. "¿Engañamos al espectador? Sí, pero él no lo sabe, así que ¿qué más da?"

El libro concluye con cuatro entrevistas a un programador, un escritor, un profesor de ética y un periodista en un intento, por una parte, de arrojar luz sobre los motivos que llevan a las cadenas a emitir estos programas, y por otra, de aportar soluciones a lo que la autora considera una enfermedad que, quizá, ya haya producido metástasis en las cadenas de televisión generalistas de nuestro país. Aunque sea el último capítulo y pretenda dejar una puerta a la esperanza, es difícil que catorce páginas aminoren, si quiera, el devastador efecto de las 213 que les preceden.

No queda del todo claro qué ha movido a la autora a escribir este texto. Indudablemente, no se trata de una tarea sencilla y es más que probable que se exponga a las críticas de numerosos compañeros de profesión. Además, no parece tener inconveniente en facilitar nombres y apellidos de conocidos periodistas y productores en activo (o caracterizarlos de manera que

queda poca espacio para la duda) y atribuirles conductas, cuando menos, cuestionables, si no manifiestamente denunciabiles. El ejercicio de autocritica es elogiabile; el panorama descrito, vergonzoso.

Posiblemente muchos periodistas no se encuentren identificados con este texto. Sería estupendo. Pero probablemente, muchos de esos periodistas saben que ocurre. Las anécdotas y testimonios elegidos por la autora son casos prácticos de extraordinaria utilidad para las clases de ética y

deontología periodísticas. En las facultades de periodismo y comunicación se ha venido explicando cuáles son las rutinas del los profesionales de la información (de 'informativos'); ahora podemos conocer algo más de las de los profesionales de algunos programas.

Julio César Herrero
Universidad Complutense
Madrid. C.E.S. Felipe II