

Análisis del papel de los "invitados-profesionales" y de los expertos "florero" en la televisión basura española

Analysis of the role of the professional guests and the real experts in the Spanish garbage-television

Carlos ELÍAS

Universidad Carlos III de Madrid
celias@hum.uc3m.es

Recibido: 23 de enero de 2003
Aceptado: 21 de mayo de 2003

RESUMEN

Este trabajo es sólo una primera aproximación cualitativa al fenómeno de la televisión basura en España. Se intenta dar una definición y se aborda el hecho de que la sociedad no tiene claras las fronteras entre lo que es telebasura y lo que no lo es. También se analiza dos de los peores males que tiene esta televisión basura fabricada: la inclusión de falsos expertos ante la falta de verdaderos expertos que hagan de 'florero' que extiendan su credibilidad al resto del programa. También se evidencia una falta de control externo a la productora o la televisión emisora la hora de contrastar los antecedentes de los invitados. Esto provoca que aparezcan como historias reales lo que no es sino ficción de un pillo que quiere ganarse la vida.

ABSTRACT

This research is only a first qualitative approximation to the phenomenon of the garbage-television in Spain. It is attempted to give a definition and is approached the fact that the society does not clear frontiers between what is garbage-television and what it is not. Also it is analysed two of the worse damage that has this manufactured garbage-television: the incorporation of untruthful expert because of the lack of real expert that want participate as a 'florero'-expert that extend their credibility to the rest of the television program. Also it is evidence a lack of external control to the producer or the network television for a contrasting the precedents of the guests. This provokes that they appear as real histories what is not but fiction of a rascal who wants be earned the life.

SUMARIO 1. Introducción: metodología y concepto de telebasura. 2. Telebasura fabricada y telebasura desvelada. 3. La sociedad no percibe las fronteras. 4. Historia de la televisión basura en España. 5. Periodismo y telebasura: el experto 'florero'. 6. El personaje-invitado profesional. 7. Conclusión: telebasura más osada sin ningún control externo. 8. Referencias bibliográficas

PALABRAS CLAVES

Televisión
Telebasura
Periodismo
especializado
Programación
televisiva

KEY WORDS

Television
Garbage-
-television
Specialized
journalism
Television
programming

1. Introducción: metodología y concepto de telebasura

La metodología de este trabajo ha sido la siguiente. Se diseñó un primer análisis cualitativo para evaluar someramente la situación. Para ello, se ha contactado con dos personas de cada una de las cuatro productoras de programas telebasura más importantes de España: Gestmusic-Endemol, Europroducciones TV, Globomedia y Zeppelin. Las personas se seleccionaron al azar, tras llamar aleatoriamente por teléfono y comentarles el objeto de este trabajo. Sólo dos de los diez contactados no quisieron hablar. Pero el resto ha solicitado mantenerse en el anonimato para evitar problemas con sus empresas y porque sus contratos especifican que no pueden desvelar los secretos y trampas con las que elaboran esos programas. Entre los entrevistados hay redactores, productores y hasta becarios. También se han analizado casos concretos de programas y, sobre todo, de personas que intervienen en ellos. Para este último aspecto se han seleccionado dos casos que podrían considerarse paradigmáticos de la situación. Obviamente en estas dos personas sí están identificadas en este trabajo y, además, sus testimonios están confirmados porque entre, otras pruebas, existen fotografías de sus intervenciones en Internet.

Desde hace una década el término telebasura se viene aplicando a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de audiencias.

En el manifiesto contra la telebasura¹, que en el momento de ser consultado ya habían firmado más de 2600 personas, se define también la telebasura "por los asuntos que aborda, los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dicho asuntos y personajes".

No obstante, el filósofo Gustavo Bueno sostiene en su libro *Telebasura y Democracia* (2002) que el concepto clasificatorio de televisión basura tiene originalmente una intención peyorativa por lo que, en su opinión, es difícil analizar un concepto que ha nacido con un juicio ya hecho.

"Este concepto clasificatorio de 'televisión basura' comienza siendo, ante todo, un concepto práctico (operatorio) en la medida en la que la delimitación del subconjunto o parte de la totalidad de referencia, llamada basura, tiene una intención despectiva o peyorativa y, en el límite, segregativa". (Bueno 2002: 24).

Tras hacer un análisis excesivamente metafísico del concepto de basura y del de televisión, Bueno llega a la conclusión de que "la televisión basura es ante todo un concepto

¹ Puede consultarse en Internet en la dirección: <http://www.arrakis.es/pedra/tvbasura.htm>, consultado por última vez el 1 de octubre de 2002. Este manifiesto ha sido redactado por la plataforma por una televisión de calidad y a él se han adherido, entre otras, la Asociación de Usuarios de la Comunicación, UGT y Comisiones Obreras, Confederación española de Madres y Padres de Alumnos, la Unión de Consumidores de España y la Confederación de asociaciones de Vecinos de España.

oscuro" (2002: 46). En este sentido no se establecen, según Bueno, unas fronteras entre televisión basura y televisión limpia, entre otros motivos porque "las fronteras de separación no aparecen claramente visibles en la mayoría de los casos, por no decir en todos". (Ibídem: 479). Por ello, para Gustavo Bueno un juicio sobre lo que es televisión basura equivale muchas veces a "un juicio de valor".

No obstante, y desde mi punto de vista, creo que no es un juicio de valor cuando definimos la telebasura como aquella que, bajo la apariencia hipócrita de preocupación y denuncia, difunde programas en los que se regodean con varios temas: con el sufrimiento, con muestras sórdidas de la condición humana y con exhibición gratuita de sentimientos y comportamientos íntimos. Su objetivo: desencadenar una dinámica en la que el circense "más difícil todavía" anuncia una espiral sin fin para sorprender y captar al espectador.

Por tanto, y tal y como se define en el manifiesto contra la telebasura, ésta también puede reconocerse cuando estamos ante la televisión de la trivialidad, basada en el protagonismo de personajes del mundo rosa², cuyas intimidaciones y conflictos sentimentales, tratados desde el más descarado amarillismo. Este problema es aún más sangrante si se tiene en cuenta que muchas televisiones públicas también difunden este tipo de contenidos desatendiendo su obligación moral y legal de suministrar productos ética y culturalmente solventes.

2. Telebasura fabricada y telebasura desvelada

Aunque la definición de Bueno sobre telebasura no ayuda mucho a la hora de determinar el ámbito de estudio y análisis sí resulta muy interesante la división que hace este filósofo entre "telebasura fabricada y telebasura desvelada". La primera es aquella que tiene su origen en el mismo proceso de producción de los contenidos televisados. Es hasta cierto punto indiferente que el creador de telebasura se haya propuesto (*finis operantis*) fabricarla como tal, deliberadamente, o bien se haya propuesto crear un programa limpio o normal si éste resulta ser (*finis operis*) sucio, basura. Bueno sostiene que el proyecto deliberado de "crear basura" tiene su propia racionalidad: la racionalidad económica (para otros, política) de quienes ven en un programa telebasura un medio para atraer grandes audiencias. También puede tener una racionalidad social de la elite que ve con buenos ojos la promoción de la telebasura para el consumo del "público municipal y espeso". Esto le permitiría diferenciarse de él, bien sea seleccionado programas limpios, bien apagando el receptor y dedicándose a leer un libro.

La "telebasura desvelada" sería aquella que no está fabricada por la televisión, sino que

² Resulta cuanto menos curioso que desde mayo de 2002 la dirección de Televisión Española haya dado órdenes tajantes de que la familia real española no apareciera en sus programas rosa. Esta censura sería inaceptable en una televisión como la BBC. No obstante, el mensaje de TVE es peor que la censura: al resto de los mortales si se les puede humillar, pero a la familia real no.

ésta se limita a ofrecerla a la audiencia, a ponerla en escena. Un reportaje en directo sobre Calcuta, con los montones de basura frente a las casas miserables, las ratas removiéndolos, no sería telebasura fabricada sino desvelada. En este sentido, una gran parte de los reportajes de investigación e, incluso, de contenidos ordinarios de televisión que incluyen reportajes en directo desde Kósovo o Kabul, desde Nigeria a los concursos de belleza no son más que telebasura desvelada.

No obstante, aquí también convendría aclarar fronteras. El documental de pornografía zoológica que nos presenta con detalle la cópula sexual de una pareja de gorilas podría ser considerado obsceno, incluso como "duro" para ciertas sensibilidades, pero en ningún caso podríamos considerarlo como telebasura desvelada. Lo mismo sucede con la cópula de dos abejas sólo que aquí parece que la dureza es menor. Obsérvese que la frontera parece estar en lo que se acerca a la intimidad humana. Un gorila está más cerca del hombre que una abeja.

3. La sociedad no percibe las fronteras

Debe destacarse que, desde el punto de vista ético, es mucho más perjudicial la telebasura fabricada que la desvelada. Y es que en la fabricada modificamos la realidad con los parámetros de la ficción y la hacemos pasar por real. La telebasura desvelada, a fin de cuentas, no es más que transmitir realidades escabrosas para captar al espectador. También pueden manipularse, pero la situación existe como tal. No obstante, la sociedad no es capaz de distinguir las fronteras. De hecho, el ejemplo más claro de que la sociedad no tiene claro qué es telebasura lo podemos encontrar en los dos programas que en el momento de redactar este trabajo ocupaban las máximas cotas de audiencias en las³ televisiones nacionales. El primero de los programas es *Gran Hermano* cuya cuarta edición ha comenzado en octubre de 2002 y en el que un grupo de personas se encierran en una casa. Los televidentes se dedican a "espiar" lo que sucede en ella. Su rival en telebasura es *Operación Triunfo*⁴, emitido por la cadena pública Televisión Española. En él un grupo de cantantes noveles lucha por la victoria. Esto es: ser el mejor cantante. Además de las galas, la televisión muestra una parte de la vida en común de estos concursantes pues todos ellos también están reclusos en una casa construida para albergarlos.

Como sostiene Bueno, desde todas las perspectivas éticas y de la peor telebasura *Operación Triunfo* era un programa mucho más nefasto que *Gran Hermano*. Pero la sociedad no lo percibió así. Expliquemos la primera afirmación. Es cierto que *Gran Hermano* es un programa de telebasura, pero una telebasura desvelada, que es menos pernicioso que la fab-

³ Obsérvese que ese espacio televisivo ha contratado a una periodista como Mercedes Milá para extender su credibilidad al programa. Un asunto muy importante que se abordará más adelante.

⁴ Tanto *Gran Hermano* como *Operación Triunfo* han generado un nuevo fenómeno mediático: la telebasura endogámica. En ella, programas telebasura se nutren de personajes que son famosos por otros programas telebasura. Periodistas ilustres como Javier Sardá y María Teresa Campos han caído en este fenómeno.

ricada. Pero es que, además, siendo *Gran Hermano* una televisión desvelada, intentaba no ser obscena, toda vez que no se emitían escenas de sexo ni de cloaca. Lo que la audiencia apreciaba en los concursantes eran valores (amistad, generosidad...) o contravalores (envidia, machismo...) propio de la vida cotidiana.

Pero *Operación Triunfo* era mucho más perverso. En principio porque la fabricación ha sido la norma desde el principio (si exceptuamos las voces en bruto, "diamantes sin pulir", de algunos concursantes). Pero, como plantea Gustavo Bueno, en una entrevista publicada en *ABC Cultural* el 23 de febrero de 2002, el mismo planteamiento inicial del *triunfo* roza de cerca la basura ética, por la competitividad salvaje que significa, en tres meses, poder dar un salto a la fama (un pelotazo) que los músicos ordinarios, incluso si se llamaran Mozart, no podrían hacer más que tras varios años de duro trabajo. Bueno señala en la mencionada entrevista:

"En todo caso, en *Operación Triunfo*, hubo obscenidades continuadas. ¿En qué academia de verdad podría tolerarse que los estudiantes, adulados continuamente por sus profesores, cada vez que logran hacer un arpegio, se precipiten unos sobre otros sin el menor control emocional, fuera de todo decoro, en escenas de masajes mutuos, saltos, risas, besos y llantos? Al ejército de jóvenes que presencia *Operación Triunfo* se le ofrece un puro espejismo. Sólo tres van a ser los seleccionados: 'Muchos son los llamados, pocos los elegidos'. El principio de igualdad de oportunidades al comienzo de la carrera termina siendo un principio de discriminación cuando la carrera termina, como ocurre siempre en las sociedades competitivas, pero que en este caso alcanza proporciones escandalosas. (...) Por último, la participación democrática de la audiencia de la academia en la selección puede presentarse como ejemplo insigne de juego sucio, de basura democrática, por la incompetencia del jurado, en materia estética, y por los pucherazos continuados, que utilizando fondos municipales propios, hicieron campaña por sus paisanos: las familias y amigos han invertido decenas de millones en llamadas a un mismo teléfono móvil que se conmutaban como votos de apoyo". (Bueno, *ABC*: 23 de febrero de 2002)

Es decir, que mientras en la telebasura desvelada de *Gran Hermano* la sociedad sólo adquiriría, como mucho, los contravalores de los participantes, porque en realidad sólo se desvelaba la cotidianidad de la vida, en *Operación Triunfo* los contravalores se habían fabricado deliberadamente por los productores. En *Operación Triunfo* se estaba pervirtiendo a la audiencia. En este sentido, Bueno también señala:

"No son las 'operaciones triunfo' las que pueden estimular a los jóvenes a emprender carreras capaces de concluir en una vida auténtica, que no tiene por qué confundirse con la vida del famoso o del que goza de popularidad. Mucho mejor es utilizar, como guía, la respuesta que Euclides dio al rey Ptolomeo cuando éste le pidió que le instruyese de modo rápido y ameno, en los principios de la Geometría. Euclides respondió al rey: "No hay caminos reales para aprender Geometría" (Ibidem)

Pero la sociedad no sólo no percibió el peligro de *Operación Triunfo* sino que

razonó al contrario de lo que convendría desde el punto de vista de la ética. De hecho, políticos de todos los partidos, los críticos, periodistas, tertulianos y hasta la Iglesia, consideraron, casi unánimemente, a *Gran Hermano* como prototipo de telebasura e, incluso, como telebasura fabricada.

Sin embargo, *Operación Triunfo* ha sido considerada por la mayor parte de los políticos y la Iglesia como paradigma de la televisión limpia. El director de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación aseguró que "Operación Triunfo es un programa de buen gusto"; Otras fuentes eclesíásticas hablaron de este programa como de "una sana bofetada intelectual a los dogmáticos de la telebasura, entre ellos, gran parte de las empresas de comunicación que estaban convencidas de que sólo lo zafio vende". El portavoz del PP en la Comisión de radio y Televisión del Congreso, Alejandro Ballester, defendió con entusiasmo *Operación Triunfo* señalando que "encarna los valores del PP y que es un programa en el que limpiamente se ofrecen a la juventud los caminos hacia una sana competición y hacia un triunfo artístico conseguido mediante esfuerzo y trabajo". Los políticos de la Izquierda tampoco mostraron contra *Operación Triunfo* la agresividad que mostraron ante *Gran Hermano*.

Todo esto lo que demuestra es que la sociedad no es capaz de apreciar dónde están las fronteras que definen lo que es televisión basura y eso es un grave problema del que se aprovechan las productoras y televisiones.

4. Historia de la televisión basura en España

Es evidente que la televisión de los años 60, 70 e, incluso, 80 no era una televisión demasiado basura⁵. ¿Cuándo comenzó este tipo de televisión? No existe un consenso en este tema. Para algunos, como Atiliana Guerrero, la telebasura llegó a España de la mano de las telenovelas hispanoamericanas de principios de 1990: "Al parecer sorprendió a los periodistas opinantes españoles que la audiencia de una democracia europea madura, como ya entonces se veía en plena 'década socialista' se decantara en sus preferencias televisivas por producciones de tan ínfima calidad técnica y con un contenido argumental tan básico, o incluso, vulgar y chabacano" (Guerrero, 2002: 5)."

Diez años más tarde, en 2001, un culebrón como "*Betty la fea*" bate record de audiencias en España. Otra fecha importante que para algunos puede explicar la aparición de la telebasura es, nuevamente, 1990, cuando aparecieron las cadenas privadas de televisión. Antena 3 lo hizo el 25 de enero, con un mensaje del Rey; el 3 de marzo Tele 5, y el 14 de septiembre, Canal Plus. No obstante, en lo que la mayoría está de acuerdo es en que ya por 1993 los peri-

⁵ No obstante, Manuel Vázquez Montalbán ya alerta en 1966 (en el suplemento "Radio y Televisión 1961-1962" de la enciclopedia Espasa. Madrid, 1966, pp. 1271-1283) de que *todos los medios informativos han planteado in crescendo una cierta alineación del público, que entregaba a otros la facultad de informarles sobre la verdad o la mentira; pero en último extremo, el público era dueño de reservarse y dudar: la televisión es la evidencia, de ahí la enajenación absoluta que plantea*. Unos años más tarde, en 1968, Montalbán arremete contra el creciente número de horas destinado a los telefilmes americanos.

odistas españoles no distinguían entre telebasura y televisión informativa.

La prueba se produjo en el programa, emitido el jueves 28 de enero de 1993 por *Antena 3*, *De tú a tú*, dirigido por Nieves Herrero. En él las cámaras se trasladaron al pueblo de Alcàsser, en el que habían aparecido los cadáveres de tres niñas brutalmente asesinadas. La audiencia española no estaba aún acostumbrada al sensacionalismo y la agresividad que mostró el programa al entrevistar a los familiares de las víctimas como si fueran estrellas mediáticas y convertir en espectáculo televisivo el dolor familiar. Es decir, Herrero fabricó la telebasura. Desde el escenario hasta los entrevistados. Inmediatamente se desató la polémica. "No me arrepiento de nada porque he actuado con profesionalidad", aseguraba Herrero en una entrevista publicada por el diario *El Mundo* cuatro días después, el 1 de febrero de 1993. Hugo Aznar interpreta esta afirmación como una demostración de que en periodismo la profesionalidad está más del lado de la técnica que de la ética.

"Sin duda, Nieves Herrero revela con sus palabras lo que un gran número de personas suele entender hoy por ser un profesional: ser capaz de hacer algo técnicamente irreprochable pero capaz también de ignorar totalmente la dimensión moral de esa misma acción. El revuelo causado por el programa no fue desde luego por su realización técnica, sino por el aspecto moral que estaba en juego y la sorpresa de Nieves Herrero no es sino el más claro testimonio de una concepción de la profesionalidad (periodística) en la que la ética no ocupa lugar". (H. Aznar, 1997: 128).

Después de este programa llegó *Tele 5* con *Cruzando el Mississipi* - en el que Pepe Navarro también sacó tajada del triple crimen de Alcàsser- y *La Máquina de la Verdad*. *La Sonrisa del Pelicano*, programa de Pepe Navarro que se pasaba a Antena 3 y conseguía audiencias millonarias. Y *Tómbola*, considerado el paradigma de los programas de televisión basura y en el que diversos periodistas preguntaban sobre las intimidades de famosos y famosillos. *Tómbola*, además, era financiado por el canal público de la Televisión Autonómica Valenciana. En este sentido, es sintomático de la guerra entre periodistas y programadores de televisión el comunicado⁶ emitido por la Agrupación General de Periodistas de la UGT en la que ésta "aplaude la supresión de la emisión del programa *Tómbola* en TeleMadrid, la televisión pública madrileña". El comunicado, distribuido a todos los medios de comunicación y publicado al día siguiente, añadía:

⁶ Existe hasta una sentencia del Tribunal Constitucional (STC 187/1999 de 25 de octubre) en el que desestima un recurso de amparo de Ana García Obregón y Alessandro Lequio para impedir la emisión de un programa en la que se iban a desvelar supuestos secretos íntimos de la pareja por una de sus ex empleadas. El programa se paralizó por medio de un Auto aunque, finalmente se autorizó. Respecto a este programa también debe mencionarse que un informe de la Academia Nacional de Ciencias Americana ha afirmado en un reciente informe (septiembre 2002) que esas máquinas no pueden detectar la mentira porque se basan en que la persona que miente aumenta su respiración, sudoración y ritmo cardíaco. Pero estas variables también se incrementan en situaciones de ansiedad y nerviosismo aunque se diga la verdad.

⁷ En septiembre de 1997 logró una media de 2.199.000 telespectadores y una cuota de pantalla del 29,1%.

⁸ El comunicado puede consultarse en http://www.agp-ugt.org/comunicados/010227_tombola.htm y fue emitido el 27 de febrero de 2001, justo el día después de la decisión de suspender el programa tras la toma de posesión de Francisco Jiménez Alemán, como nuevo director de TeleMadrid.

"Las televisiones públicas tienen, por ley, unos compromisos con la audiencia a los que han de dar cumplimiento. Un programa como *Tómbola* no tiene cabida en la televisión pública. A la hora en que emitimos este comunicado, a primera hora de la tarde del día después, la dirección de la Radio Televisión Valenciana no se ha pronunciado⁹ sobre supresión de *Tómbola*. (...) Pero no hay que permitir que el árbol impida ver el bosque. La muerte de *Tómbola* no significa el fin de la telebasura. En todo caso, cae su paradigma de los últimos años. Se hace necesario un cambio profundo en los objetivos de programación de las televisiones pública".

5. Periodismo y telebasura: el experto 'florero'

Desde el punto de vista del periodismo, la telebasura tiene una serie de ingredientes que propician la desinformación. El primero sería el reduccionismo de los asuntos complejos, tratándolos con explicaciones simplistas, fácilmente comprensibles, pero parciales o interesadas. Una variante de este reduccionismo es el gusto por las teorías conspiratorias de no se sabe qué poderes ocultos, que en muchos casos sirven de coartadas a determinados personajes o, incluso, a grupos de presión interesados en una intoxicación.

Otra variante muy apreciada por la telebasura es la demagogia. De esta forma, los mensajes esotéricos, milagreros y paranormales se presentan de forma acrítica y, lo que es peor, en el mismo plano de realidad que los argumentos científicos.

Es en este punto es donde surge la figura del experto 'florero'. Obviamente, al programa telebasura le interesa un halo de credibilidad que se extienda por la totalidad de los contenidos y, en especial, sobre los invitados con menos credibilidad.

Como se ha mencionado, para realizar este trabajo he entrevistado a personas de varias productoras de estos programas. Ellas han preferido no ser identificadas. Pero no hace falta. En sus sitios web, estas productoras no se coartan a la hora de promocionarse como una productora capaz de hacer telebasura. Así, se anuncia *Europroducciones TV*, responsable entre otros de programas como *Qué apostamos* o el *Gran Prix del Verano* en su sitio web¹⁰:

"Europroducciones TV presenta formatos para todo tipo de programas: game shows con los que se reirán chicos y grandes, magazines llenos de dinamismo, los más divertidos talk shows, los más picantes, irónicos y sorprendentes late night shows, las más curiosas cámaras ocultas, programas para navegar el mar de lo sobrenatural, formatos para conocer divirtiéndote el mundo de los animales o la historia del siglo que acaba".

No obstante, para todo esto necesitan un mínimo de credibilidad, porque la audiencia no se traga las ficciones aunque sí la mentira. Las fórmulas que tienen las productoras para extender esa credibilidad son varias:

⁹ En octubre de 2002 Canal Nou seguía emitiendo *Tómbola*, un programa que también se difundía por televisiones locales como Canal 7 en Madrid y Teidevisión en Tenerife, entre otras.

¹⁰ http://www.europroducciones.com/spanish/eurotv_1.htm consultado en octubre de 2002.

a) Tener en la agenda a verdaderos expertos

Es la mejor estrategia de todas pero cada vez menos expertos verdaderos se prestan a acudir como 'florero' a esos programas. "Soy consciente de ello. Siempre invitan a algún científico serio para darle un tono serio a ese circo", explica en una entrevista realizada para este trabajo Miguel Ángel Sabadell¹¹, astrofísico del Centro de Astrobiología del CSIC y que ha participado como científico en programas como *Esta es mi Historia*, de Televisión Española; en *Otra dimensión*, de Antena3 y en *Cien por cien vascos*, de ETB2. Y añade: "Sólo quieren que haya polémica y que seas muy vehemente".

No obstante, lo que más irrita a este tipo de expertos es que los presentadores los pongan a todos en un mismo nivel ante el público:

"Fui a un programa sobre vida extraterrestre. Un tipo dijo que él había vivido en Venus. Yo expliqué que la atmósfera de Venus es de ácido sulfúrico y que allí no puede vivir nadie. El otro respondió que él sí había estado y como gritaba y hacía más gracia que yo, le dieron más tiempo. Para yo decir mi afirmación he estudiado cinco años de Física, cuatro de doctorado y otros de investigación. No nos pueden poner en el mismo nivel y los presentadores sí lo hacen. El resultado es que la población se queda con una versión distorsionada de la realidad, porque creen que las dos posturas son igualmente válidas, correctas o posibles, cuando no lo son. Pero es la polémica la que vende". (M.A. Sabadell, de la entrevista con el autor)

Esta estrategia de poner al mismo nivel a expertos académicos que han estudiado mucho un tema con otros personajes que sólo han tenido o inventado vivencias provoca que el experto que va a esos programas pierda credibilidad entre sus colegas y que estén dejando de acudir. "Yo ya he dejado de ir a muchos. Mis compañeros de trabajo se burlan cuando me ven en televisión y, yo, la verdad, no sé qué gano con ir", indica Sabadell. No obstante, matiza: "Pero a veces pienso que si no voy yo, no irá nadie y el resultado será peor porque la versión que se ofrece a la sociedad es una mentira sin nadie que la descubra o la rebata."

Ante la falta de verdaderos expertos, las productoras comienzan con la segunda estrategia:

b) Agenda de falsos expertos

En esta estrategia, lo que se intenta es despistar al espectador haciéndole creer que un personaje es un experto, aunque en realidad se trate de un pseudoexperto o, lo que es aún peor, un actor o una persona que se gana la vida haciendo de "personaje". En cuanto a lo de pseudoexperto, una de las fórmulas consiste en poner al invitado el título de profesor. Según la legislación de protocolo que se sigue en los medios de comunicación, un profesor sólo es aquel que imparte clases en una universidad y de una disciplina acreditada y aprobada por la Administración. Es decir, no se puede ser profesor de videncia. No obstante, en estos programas, un vidente que imparte clases en su domicilio puede anunciarse en los rótulos como

¹¹ Está como experto científico en la productora valenciana *Granota Roja*.

profesor. "Nunca pedimos el currículum a nuestros invitados. Tampoco los periodistas de la prensa seria se lo piden a sus fuentes", señaló una redactora de una productora que no quiso que se mencionara su nombre.

La realidad es que existen denuncias formales contra programas e, incluso, ha habido alguna en algún tribunal si el experto se hace pasar por médico; pero, que se sepa, al menos en España, no existe ninguna denuncia de ningún profesor universitario que critique que en televisión ha salido un "falso profesor".

La segunda estrategia consiste en que el conductor del programa presenta al invitado como alguien "con estudios de...". "Fulanito tiene estudios de Física, Antropología y Medicina" No existe ninguna legislación sobre esta fórmula. Habitualmente se utiliza para gente que ha comenzado una carrera universitaria y no la ha finalizado. Pero no se concreta si ha aprobado sólo una asignatura o si sólo le falta una para terminar la licenciatura. Sin embargo, lo cierto es que la telebasura ha extendido la fórmula: "A mí me da lo mismo que esa persona haya estudiado física en una facultad o que haya buscado el término en una enciclopedia y se lo haya leído. El estudio no tiene que ser reglamentado y con esa fórmula no se miente al espectador", alegó una de las productoras consultadas.

Uno de los peores programas de la telebasura, *Mentiras arriesgadas*, emitido por la televisión local madrileña Canal7 y conducido por la inefable Leticia Sabater, utiliza un experto telefónico. Es decir, tras los insultos entre personajes, la mayoría de las veces actores, una voz telefónica da un veredicto. No se ve a nadie, quizá para que al verlo nadie lo denuncie como falso experto. En los rótulos aparece: "Atilano Carrasco, experto". Pero nadie sabe ni sabrá en qué.

No obstante, muchas veces resulta más fácil, directamente, inventarse un personaje. Es habitual que si se sale en varios programas, la audiencia ya lo reconozca como experto. Resulta curiosa la agenda de estas productoras. En ellas hay personajes como "una señora de 50 años que dice que es virgen". Uno de los periodistas que trabajan en una productora y que fue consultado para este trabajo sostiene:

"Es un chollo. Los debates de sexo siempre tienen audiencia. A alguien que dice que es virgen con 50 años se le cree y ya está. No le vamos a hacer una prueba. Además, también tenemos a dos hombres que lo dicen. Pero no son muy requeridos. Yo creo que es que en un hombre es menos creíble su virginidad y porque me da la impresión de que el espectador se piensa que en el caso de la mujer, el programa ha contrastado su virginidad. Esto es una locura, pero lo cierto es que esa señora se puede llevar hasta 100.000 pesetas por programa y, obviamente, nadie le ha pedido que acredite su condición".

El apartado de sexo de la agenda de una productora puede ser muy curioso. Por ejemplo, hay personajes tipo: "Yo me acuesto con mi suegro" o "Yo me he acostado con 100 mujeres". ¿Y son ciertas sus vivencias? Todos los consultados para este trabajo señalan lo mismo. Algunas historias pueden que sean ciertas pero la mayoría cantan que son inventadas o, al menos, exageradas. Respecto al dinero que cobran no existe consenso. Parece que lo normal es que muchas productoras intenten sacar partido del ansia de notoriedad de mucha gente e

intenten no pagar. Sólo les financian el transporte y el hotel. "No obstante, eso siempre tiene que ser iniciativa del personaje. No nuestra. Y también depende de la oferta y la demanda. Por ejemplo, ahora los videntes cotizan a la baja porque ya hay muchos y lo que buscan es salir en televisión para promocionar su negocio, no para ganar con su intervención en el programa", explica otro de los entrevistados para este estudio y que lleva seis años trabajando en productoras.

Existen dos reglas de oro en esta profesión de productores de programas telebasura. La primera es que todos se pasan las agendas. Así, si alguien descubre a un personaje curioso, tras salir en un programa para el que ese productor trabaja, lo habitual es que el personaje haga un periplo por el resto de las cadenas televisivas.

La segunda regla de oro es la de la "estructura de pirámide invertida". Aquí sale a relucir las enseñanzas periodísticas de muchos de los que trabajan en las productoras. Así, si el personaje va a contar que su marido la engaña con su vecina no se le deja que comience un relato en orden cronológico, que sería lo normal. Al contrario. En la presentación, a las palabras de ¿cuál es su historia?, el invitado dirá el titular: "Mi marido me engaña con mi vecina". Después vendrán los elementos del lead: dónde, cuándo, cómo, por qué y quién. "Necesitamos captar la atención desde el primer segundo de intervención. Para ello muchas veces se preparan con antelación y se les entrena en cómo tiene que contar su historia", indica uno de los consultados para este trabajo.

6. El personaje- invitado profesional

Para realizar esta parte del estudio cualitativo se necesitaba encontrar a alguien que hubiese aparecido en varios programas de televisión como personaje y que contara su historia. Pero no era fácil, porque nadie quiere desmontar su invento y asegurar a quien suscribe este trabajo que su personaje lo es. También se necesitaban pruebas. Es decir, visionar suficientes cintas como para verlo en distintos programas haciendo de diferentes personajes. La solución me la dieron desde varias instancias y todas coincidieron: el artículo de Natxo Allende¹² en la revista NEO2 (mayo 99) y en Primera Línea (noviembre 2000).

La historia de Natxo Allende demuestra, al menos, que en las televisiones españolas, tanto públicas como privadas, es posible inventarse un personaje y que lo inviten a los programas. Nadie contrasta la veracidad de la historia y eso permite una osadía: cambiar de personaje con el tiempo cuando uno ya está agotado. Allende, cuya profesión es dibujante de cómic con domicilio en Bilbao, comenzó saliendo en pequeñas tertulias en televisiones locales. Le cogió gusto a ser famoso y se presentó al concurso *Uno para todas* de *Tele5*. Reconoce que pese a ser un concursante que quería llevar a la chica lo "obligaron a ensayar lo que había que hacer en el directo". Allende cuenta en esta revista: "El problema es que si una

¹² Aparece también, entre otras, en la siguiente dirección:

<http://www.putalocura.com/torbellino/televisión.php> En esta dirección, consultada por última vez en octubre de 2002, aparecen fotografías de los distintos programas telebasura a los que ha acudido esta persona.

persona es capaz de crear algo, de improvisar, puede resultar peligroso ya que puede cambiar las cosas del directo. Y en la tele no se arriesga nada”.

Tras este programa se enganchó a ser personaje de telebasura. Le propuso a una amiga que afirmara en *Cruzando el Mississippi* que era recolectora de semen. Que se lo solía echar en el pelo porque era bueno para el cuero cabelludo: “Ella dijo que podía añadir que además hacía muñequitos y albóndigas con el líquido elemento y que solía ir a los parques a reclutar sementales, señala Allende. Y añade: Fue la bomba. Le pagaron casi 75.000 pesetas, además de taxis, avión y hotel a Madrid. La cuestión es que ellos sabían que era pura invención, pero lo dejaron en beneficio de la telebasura”

Después Allende trabajó en *Cruzando el Mississippi*. Estuvo dos años inactivo en cuanto a la televisión basura y se presentó en *Crónicas Marcianas* con otro personaje. “Natxo, hizo el amor con más de 100 mujeres”, rezaba el título de crédito que lo presentaba. Allende cuenta así su experiencia:

“El tema lo enfocan ellos en que soy un machito que se folla todo lo que anda. Delante de mí tengo a la Vijande, a Sardá y a ¡Cristina Almeida!, y a mi lado al Adriansens. Pues bien, recibo palos por todos los lados de gente airada por mi actitud hacia el sexo. No pude hablar porque esa gente lo mejor que sabe es tapar para poder hablar ellos. Encerrona entre cuatro profesionales de la comunicación y un público borracho —antes del programa de les embota con cava hasta las cejas para que estén alegres—. Cuando consigo salir del desaguisado, Sardá, para rematarlo, me llama enfermo o algo así y mi credibilidad por los suelos”.

Sin embargo, nuestro personaje aguanta: “Había algo que refrenaba mis ganas de meterles unas hostias o tirarles la mesa, y es que anhelaba trabajar con ellos. Tras tamaña experiencia, recibes cantidad de llamadas de programas de tarde y de mañana en los que te invitan a que cuentes tu caso o hagas de contertulio. Entre los programas se pasan los teléfonos y puedes aparecer en cualquiera”. Uno de los que lo llamaron fue el de *La hora de Maripau*, de la cadena pública *TeleMadrid*, en el que seis invitados contaban sus experiencias: “De los seis que éramos, tres eran actores interpretando. Un actor venezolano y un chico y una chica que trabajaban en radio y que dijeron que ‘es un favor personal que hago a una de producción’. La verdad es que se les notaba que estaban contando una milonga”, indica Allende. En este programa su título de crédito que lo presentaba decía: “Nacho Allende. He estado con más de cien mujeres”. Sus experiencias no terminan ahí: “También me llamaron para un programa de Antena3 llamado *Hoy, de mañana*, donde un hipnotizador hizo que me desnudara de cintura para arriba. Fue divertido porque antes del programa hablamos el mago y yo para preparar el show y ensayar lo que diría. No digo que haya hipnotizadores profesionales que consigan su propósito, pero en esta ocasión todo fue hecho bajo guión. Algo parecido me pasó en Tele 5 con el programa *La tarde de Alicia*, donde al llamarme me preguntaron de qué parte estaba en un tema del que iban a hacer un debate. Les dije que a favor y como ya tenían a todo el mundo a favor me ofrecí a hacerlo en contra”.

Allende también ha hecho de Superhumano, "un personaje que salía sin guión ni nada", en un programa de la televisión pública vasca *ETB2*. Para esa cadena también ha hecho de Doctor Maertens en el programa *El Zoo humano*. Su último trabajo, que sepamos, está como tertuliano en *Telebilbao* en el programa *Que te doy con el pico de la plancha*.

7. Conclusión: telebasura más osada sin ningún control externo

Una primera conclusión tras este somero estudio cualitativo sobre la telebasura es que las televisiones son cada día más osadas a la hora de incorporar personajes y expertos inventados. Tampoco existe un control externo a las productoras que vele porque los personajes y sus experiencias estén acreditadas. Estos programas son de muy barata producción y consiguen bastantes audiencias, por lo que, de no tomar medidas externas, se prevé un significativo aumento de su emisión con los consiguientes perjuicios para la sociedad. Las tertulias ni siquiera sirven para entender un tema. Los presentadores ponen a todos los invitados al mismo nivel sin diferenciar al estudioso o al verdadero experto del tarado, el pillo o el mentiroso. No propician la tolerancia o la cultura. El consejo que ofrece Allende para triunfar en estos programas como tertuliano nos da la medida de lo que buscan: "El que más violentamente y rápido habla, es el que más posibilidades tiene de centrar la atención y, si encima metes humor a tu intervención, ganas por goleada".

8. Referencias bibliográficas

AZNAR, Hugo

1997: "El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológico del periodismo", en *Anàlisi*, 20, pp.125-144

BLOOM, A.

1989: *El cierre de la mente humana*. Barcelona: Paidós.

BOURDIEU, P.

1997: *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama

BUENO, G.

2000: *Televisión: apariencia y Verdad*. Barcelona: Gedisa

2002: *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B

COLOMBO, F.

1976: *Televisión: La realidad como espectáculo*. Gustavo Gili. Barcelona

1998: *Últimas noticias sobre periodismo*. Barcelona: Anagrama

CRONKITE, W.

1997: *La vida de un reportero*. Madrid: El País-Aguilar

DAYAN, D.

2001: "The peculiar public of television", en *Media, Culture and Society*, vol. 23, Londres, pp. 743-765

- GONZÁLEZ REQUENA, J.
1992: *El discurso televisivo. Espectáculo de la postmodernidad*. Madrid: Cátedra
- GRABER, D.
1995: "Los medios de comunicación y la política americana" en *Comunicación Política* (dirigida por Alejandro Muñoz-Alonso y Juan Ignacio Rospir). Madrid: Editorial Universitas
- GUERRERO, A.
2002: "Betty la fea y Ecomoda, ¿por la telebasura hacia la hispanidad?" en *El Catoblepas, revista crítica del presente*, 4. junio, pp. 5-13
- HABERMAS, J.
1982: *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili
- JAEGER, W.
1990: *Los ideales de la cultura griega*. Madrid: FCE
- KILBORN, R.
1994: "How real can you get?": Recent developments in 'reality' television". *European Journal of Communication*, vol. 9, London: SAGE publications
- LACALLE, C.
2001: *El espectador televisivo*. Barcelona: Gedisa
- LIPPMANN, W.
1992: *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Co.
- MARTÍN SALGADO, L.
2002: *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós
- MCLUHAN, M.
1969: *La galaxia Gutenberg*. Madrid: Aguilar
- NEGROPONTE, N.
1995: *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B
- PALACIO, M.
2001: *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa
- RITZER, G.
1996: *La Mcdonalización de la sociedad*. Barcelona: Ariel
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L.
2002: *Crítica a la seducción mediática*. Madrid: Tecnos
- SARTORI, G.
2002: *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M.
1966: "Radio y Televisión 1961-1962". *Enciclopedia Espasa*. Madrid, pp. 1271-1283