

«Todo es criticable, pero mientras los concursantes se presenten voluntariamente, sean adultos, la gente lo vea libremente y no se incumplan las leyes, todo es válido»

El último ejemplo de la locura que ha invadido al mundo televisivo español se vivió hace escasas semanas en los despachos de una cadena de ámbito nacional. Una productora presentó ante los alucinados ejecutivos de la emisora una cinta con lo que se suponía iba a ser una «idea genial» para un nuevo programa. Prometían todo un bombazo. El proyecto era sencillo. Durante varios fines de semana, habían escondido una cámara oculta en los lavabos de una discoteca. En el frenesí de la noche, las imágenes demostraban lo que da de sí un baño. La «idea genial» se fue cañería abajo y el espacio ha sido aparcado. Por ahora.

«La competencia tenía dos opciones cuando comprobó el éxito de 'Gran Hermano': intentar resistir sin dejarse influir o reproducir algo similar. Está claro que han optado por lo segundo». Quien dice esto es un analista del sector audiovisual para el que el espacio presentado por Mercedes Milá supone una «revolución en el consumo televisivo. Hay un antes y un después». El único problema es que nadie sabe cómo es ese después.

Espacios piloto preparados para mostrar el no va más empiezan a inundar los despachos de los directores de programación de las diferentes cadenas, tanto públicas como privadas. El indudable éxito de audiencia del concurso de Telecinco ha sacudido las mentes de todo el sector audiovisual. Y es que, en televisión, hay una tendencia básica: lo que funciona se repite.

Las productoras han comprobado la rentabilidad de este producto —los derechos se vendieron por unos 1.500 millones de pesetas— y la emisora ha adelantado a la hasta ahora invencible Televisión Española en los índices de audiencia. Otra cosa es para los anunciantes: «Nadie sabe quién es su 'sponsor', ni si hay anuncios en el medio, ni nada». Curiosamente, uno de sus primeros patrocinadores ha obtenido más publicidad cuando decidió abandonar el programa.

Varios experimentos

Pero, por ahora, eso no preocupa demasiado. Lo importante es encontrar un antídoto que detenga al gran enemigo. Y los experimentos no cesan. Al parecer, TVE está preparando un programa similar, con el añadido de que los concursantes no están en una casa, sino en una isla caribañea. Este espacio fue estrenado hace años por una cadena sueca y acabó de forma trágica: uno de los robinsones se suicidó al ser eliminado.

Sin embargo, Joan Ramón Mainat, director creativo de Gestmusic Endemol —una de las pro-

ductoras más importantes— es de los que cree que en España «no hay compañías descerebradas». A su juicio, el único problema de espacios como 'Gran Hermano' es que «se abuse de ellos». «Todos los programas son criticables, pero mientras los concursantes se presenten voluntariamente, sean adultos, la gente lo vea libremente y no se incumpla ninguna ley, todo es válido».

Protegidos por esta teoría, una sucesión de human shows, docu shows y psicodramas —nombres espectaculares para una misma cosa— se empiezan a colar en las parrillas de la programación española, dentro de un proceso inimaginable hace pocos años, cuando se contemplaban con estupor los concursos japoneses en los que los participantes eran sometidos a todo tipo de vejaciones.

Pero los tiempos cambian y las televisiones se multiplican. Los consumidores devoran más rápido de lo que las productoras elaboran. «Todo esto no es más que telebasura revestida de argumentos con los que se pretende dignificarla», apunta Román Gubern, catedrático de Comunicación Visual de la Universidad Autónoma de Barcelona. En su opinión, las cadenas siempre tienden a competir «hacia abajo» con programas de «ínfima calidad».

En parecidos términos se expresan los guionistas televisivos

■ 'Espacios piloto' con el 'no va más' empiezan a llegar a todas las cadenas

■ «No es más que telebasura revestida de argumentos para dignificarla»

Inés París y Joaquín Górriz, que ven cómo su labor creativa cada vez es «más tutelada» por las grandes emisoras. Según señalan, la realidad del día a día en este colectivo es «muy frustrante», ya que vender en estos momentos una serie comprometida o arriesgada es «muy difícil». Algunos de sus compañeros afirman haber sentido la presión de tener que «crear un disparate. Nadie te dice: 'Haz una barbaridad', pero entras en una dinámica muy peligrosa». Y eso que la mayoría de los productos provienen del extranjero. A juicio de París, la televisión es para «salir huyendo, idiotiza».

Desde las productoras, esta visión catastrofista no es aceptada,

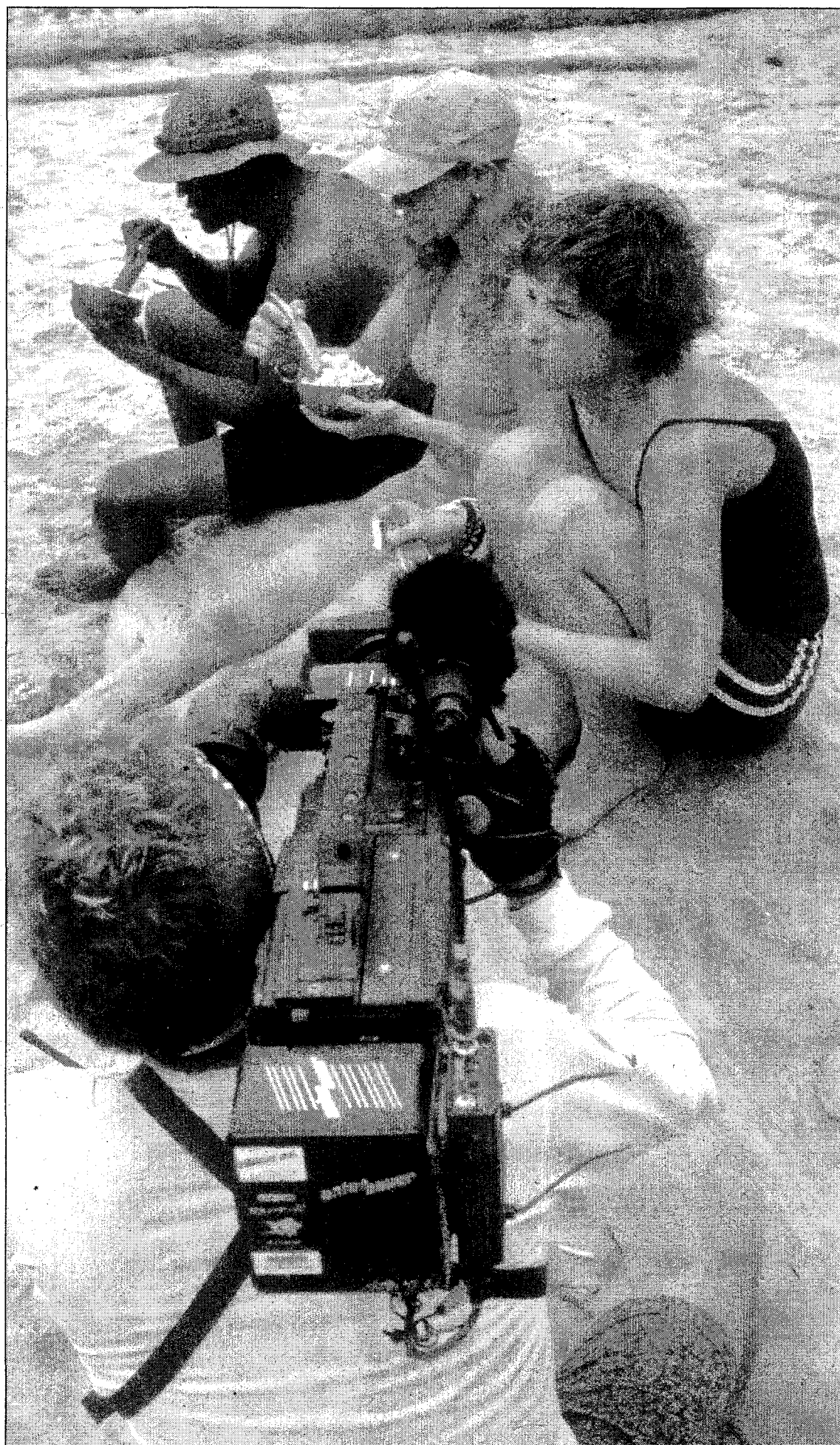


Imagen del concurso que se va a emitir en la CBS, grabado en una isla desierta.

LA VERDAD

con el pretexto de que la pequeña pantalla tiene que ir innovando día a día y de que esa degeneración de la que hablan los críticos no tiene por qué suceder. «Nos tenemos que arriesgar —apunta Mainat—, aunque, en algún momento dado, nos equivoquemos. Si no lo haríamos, estaríamos frente a una televisión que nadie vería».

Cuestiones éticas

Gubern recuerda que, al fin y al cabo, las cadenas privadas son negocios que viven de su cuenta de resultados. «Se les puede reprochar éticamente, pero nada más. Otra cosa son las públicas, donde se deben exigir responsabilidades políticas». A pesar de todo, productores y guionistas admiten

que el nivel de la televisión española es bastante más alto que el de otros países. «En Europa se hacen auténticas burradas». Baste decir que, en la versión alemana de Gran Hermano, se barajó la posibilidad de que una modelo y presentadora de programas eróticos entrase en la casa para hacer crecer la audiencia.

Lo moralmente correcto es otra de las cuestiones que entran en juego en el debate sobre la conveniencia o no de emitir un espacio en el que la intimidad ajena se convierte en el cebo para atraer espectadores. «Lo de la ética es muy relativo. Lo que vale para unos no vale para otros», comenta el responsable de Gestmusic Endemol. Precisamente, esta

productora está negociando con Antena 3 la venta de El autobús, un formato similar a Gran Hermano, pero sobre ruedas.

Esta loca carrera por atraer espectadores no es nueva. Los cullebrones, los concursos, los reality shows... fueron episodios pasados de una competición en la que, para algunos, la que sale perdiendo es la propia televisión: «Está quedando para entretener y perdiendo su poder de credibilidad, influencia y formación». Mainat lo rechaza. «Aquí la tele siempre queda como la mala de la película, pero no hay que olvidar que los concursantes de 'Gran Hermano' entraron voluntariamente y que ha sido una revista la que se ha metido en su