

1. Introducción

No cabe duda de que uno de los foros desde donde más se viene denunciando la actual configuración de los *reality shows* es la prensa periódica. La alarma se encendió allá en el mes de enero de 1993 a raíz del triple crimen de Alcácer y su posterior tratamiento televisivo. Desde entonces han sido frecuentes los artículos, informaciones, reportajes e incluso editoriales que han señalado los efectos nocivos para la salud social que supone la proliferación de este nuevo género audiovisual que tanta audiencia está consiguiendo reunir.

El análisis de esta generalizada postura crítica en la prensa (fundamentalmente diarios y semanarios de información general) nos llevará al encuentro de los argumentos más comúnmente utilizados para descalificar a este nuevo fenómeno y también a las contradicciones en que estas críticas incurren en ocasiones. Al mismo tiempo, el problema debe enmarcarse en un contexto aún más amplio, también en perpetuo debate: el de la calidad de los productos televisivos, o de la televisión en general; cuestión que ofrece muy diversas ramificaciones, entre ellas la de la naturaleza, pública o privada, de los distintos canales y su repercusión sobre la programación y la audiencia; aunque tampoco deben olvidarse otras cuestiones íntimamente conexas como la llamada "tele-basura", el fenómeno de los "tele-advinos" o de los "tele-curanderos", la violencia en películas y dibujos animados, la protección del público infantil, la agresión publicitaria, etc.

Este panorama hace pensar que, pese a la evidencia de que deben corregirse errores de conducta o lagunas legales para la protección de ciertos derechos que son vulnerados hoy en día por los *reality shows*, la solución de fondo debe situarse en unos niveles más altos y globales: los de la ética y la estética televisivas, la consideración del usuario del medio o telespectador no sólo como un cliente que engrose la cuota de audiencia o *share*, sino como un ser racional que necesita ser informado, instruido y entretenido y no ser deformado o pervertido explotando bajos instintos o excitando su curiosidad por lo morboso. Y menos aún, claro está, debieran tener cabida en la televisión pública por razones de su peculiar estatus como servicio de interés público. Vayamos por partes

2. ¿Servicio público o negocio del morbo?

Un editorial de ABC, significativamente titulado "Tele-basura", hablaba de la necesidad de que "los responsables de la televisión entiendan que el medio que dirigen tiene una enorme responsabilidad social" [\[1\]](#). A menudo son criticados los *reality show* que tan profusamente han aparecido en la pequeña pantalla porque, en vez de cumplir el fin altruista que dicen proponerse (búsqueda de desaparecidos, informar sobre noticias humanas, periodismo de investigación sobre acontecimientos sociales), caen más bien en la explotación del dolor ajeno, que es exhibido sin escrúpulos a una audiencia ávida de sangre y curiosidad morbosa. Fue lo que ocurrió en el célebre programa "De tú a tú" que Nieves Herrero montó en *Antena 3 TV* para informar sobre el terreno acerca del crimen de tres adolescentes en Alcácer: ofrecer como espectáculo público unos sentimientos íntimos como el dolor de los familiares de las víctimas y de todo un

pueblo, Como comentó Angel Fernández Santos en *El País*, "ese intolerable dolor fue convertido en una secuencia de baja estirpe melodramática, en una liturgia de *culebrón* de la vida real capturado en directo" [2]. Tuvo que reconocer públicamente la periodista de *Antena 3* su error. Pero lo que algunos han llamado "la excusa humanitaria" sigue justificando la existencia de programas semejantes, aunque con diversos grados de amarillismo y morbosidad. Lo morboso, la contemplación del sufrimiento humano siempre ha tenido su público. El precedente más ilustre en los medios escritos españoles es el semanario *El Caso* [3], también introdujo algunos de estos ingredientes el *Diario Libre*, de efímera existencia, allá por 1978, o más modernamente el sensacionalista *Claro*. Y es que no hay que olvidar que los sucesos, ya desde aquel crimen de la calle Fuencarral en el verano de 1888 que revolucionó a la prensa madrileña, tienen un especial atractivo en razón de que la contemplación – escrita, gráfica o audiovisual, si bien esta última posee, por razones obvias, especial garra – del malestar ajeno viene a constituirse, para los destinatarios de esas escenas, en "fuente de bienestar propio" [4].

"Está bien – ha expuesto Amando de Miguel – que se difundan los problemas reales, pero al jugar con los sentimientos se está haciendo la caricatura de la realidad" [5]. Es lo que alguien ha llamado, en acertada expresión, "pornografía del sentimentalismo". Se trata, pues, de una cuestión de equilibrio, y lo fácil – que no lo correcto – es que en una información sobre sucesos dolorosos, en los que el sufrimiento humano ocupa un lugar preeminente, acabe consiguiendo más protagonismo no la noticia en sí sino el dolor de las personas afectadas, máxime cuando éstas aparecen en pantalla y son mostradas, expuestas al público. De ahí la acusación frecuente a los *reality shows* de que se dedican a negociar con sangre, dolor y lágrimas. El mismo Amando de Miguel analizaba uno de los riesgos de esta fórmula con las siguientes palabras: "La gente puede llegar a hacer extravagancias con tal de salir en la 'tele'. Es todo un negocio. Estoy en contra de que se pague dinero a la gente si no es por un trabajo profesional" [6]. Luis Fernández, director de informativos de la *SER*, escribió en *El País*, a propósito del caso de Alcácer, que la televisión vio en él la posibilidad de vivir "su particular 23-F" [7] (en alusión a la llamada "noche de los transistores" del día del golpe, que supuso un fuerte aumento de prestigio del medio radiofónico). Pero más bien le salió el tiro por la culata y fue objeto de numerosas críticas.

Lolo Rico alertaba además sobre el hecho, ya por desgracia varias veces comprobado, de que "estos programas crean conductas imitativas" [8], y se inicia así una espiral difícil de detener. Otro experto, un abogado penalista, comentaba al semanario *Tribuna* que "los asesinatos y la violencia en televisión constituyen un factor criminógeno de primer orden. Estos espacios producen un efecto de mimetismo en la juventud" [9]. *ABC* recordada en un editorial "los recientes casos de los niños de diez años secuestradores y homicidas de un niño de dos años en Liverpool (y el . de un chico de doce años que robó una bicicleta y disparó contra el dueño de la tienda" [10].

Uno de los humoristas que con más acritud ha fustigado la "telebasura" en general y los *reality shows* en particular es Forges. Sólo tres días después del crimen de Alcácer publicó un chiste en *El Mundo* en el que aparecían varios periodistas de televisión y cámaras acosando a un bebé que jugaba con su osito, uno de los cuales le preguntaba: "Y tú, bonito, ¿los ahorcarías, desollarías o empalarías?" [11]. Días más tarde, El Roto publicaba otro no menos elocuente en *Diario 16*; junto a dos cadáveres ensangrentados en él suelo aparecía un hombre que le decía a un cámara de televisión a propósito de

uno de ellos: "A éste no le saques, que tiene una exclusiva con otra cadena" [12]. No necesita muchos comentarios.

Otro fenómeno también reciente es el de los "tele-curanderos", a quienes la revista *Tiempo* dedicó no hace mucho su portada y su reportaje principal, y no precisamente elogiándolos sino calificándolos como un "gran fraude" [13]. Alcanzaron su punto álgido el pasado verano gracias a la intervención en *Tele 5* del autodenominado "Dr. Kahn", contra el que arremetió de modo contundente el diario *El Mundo*. Este resumió el espectáculo de las operaciones sin anestesia y sin instrumental del supuesto doctor con las siguientes palabras: "Una concepción irracionalista y mágica de la salud y de la vida actuando sobre una audiencia millonaria" [14]. Apoyó asimismo las críticas de la Asociación de Telespectadores y Radioyentes (ATR), que lo consideraban un montaje y un espectáculo degradante. José Luis de la Serna habló de "porno duro en la pantalla", "engañifa" y "abuso" y, ya más en serio, advirtió del peligro que suponía esta clase de programas dado que "el enfermo y su familia son enormemente sensibles a este tipo de publicidad y suelen estar predispuestos a adoptar la más peregrina de las soluciones que les ofrezca el primer consejero con el que se topen" [15]. Carlos Boyero, crítico de televisión en dicho diario, escribió irónicamente: "Que experimente con Lazarov y Durán" [16].

Las críticas a los *reality shows* y espectáculos audiovisuales similares también son acompañadas, en algunos casos, de críticas a los espectadores por su pasividad: "tendrían que darse cuenta por sí mismos – ha comentado el sociólogo Amando de Miguel – de que les están estafando y que retiren la audiencia a las cadenas" [17]. No en vano éstas se escudan en el favor y buena acogida del público para continuar emitiendo dichos espacios, como manifestó un portavoz de *Tele 5*: "Nuestros programas tal y como están planteados gustan al público y por eso están ahí. (...) Nos ceñimos a los índices de audiencia" [18].

El presidente de la ATR también ha echado gran parte de la culpa al público, "que se traga todo lo que le echan. Parece que somos completamente idiotas y creo que lo que influye es el bajo nivel cultural". Una encuesta del Instituto de Medios y Audiencias (IMA) señalaba que "sólo el 40 por 100 del público ve programas concretos preseleccionados; el 60 por 100 restante escoge sobre la marcha" [19], índice fiel de una evidente despreocupación por los contenidos.

3. Una crítica de la crítica

Si son tantas las voces autorizadas y reconocidas que se vienen levantando contra el estilo de programación televisiva, ¿por qué, sin embargo, continúan los *reality shows* y espacios similares arrasando en audiencia? Como ponía de manifiesto un reportaje del semanario *Tribuna*, que señalaba cómo "profesionales, empresarios, políticos y estudiantes universitarios denuncian el grave deterioro del medio audiovisual, plagado de espectáculos, violencia y sexo" [20], son las clases cultas de la sociedad quienes mayormente muestran su descontento, mientras que las más populares resultan más asequibles a la manipulación informativa. Como ha dicho Ignacio Sotelo, "el consumo de televisión es cada vez más un indicador de las diferencias entre clases. A mayor desarrollo social, cultural y económico, menos televisión se ve. En cambio, en las

regiones más atrasadas es donde más se consume" [21].

Paco Lobatón, el director del más conocido de los *reality shows* en España, se muestra, sin embargo, contrario a esta distinción de niveles culturales: "A mí me merece tanto respeto el espectador sin Bachillerato (...) como el más sesudo de los críticos. Es más, esos personajes son más auténticos, más sinceros y expresan su adhesión a mi programa sin las aristas que aparecen en determinadas personas" [22]. Ciertamente es un modo de defenderse, pero no puede olvidarse que históricamente se ha dado y se da con frecuencia la diferenciación entre prensa de calidad y prensa popular o entre programación de calidad (la alternativa de *La 2*, por ejemplo) o la generalista que ofrece *TVE 1*, con sus respectivas diferencias de público.

Resulta cada vez más patente que las posiciones generalmente críticas en la prensa hacia este tipo de programas apenas empañan su éxito dado que no calan en un público muchas veces dispuesto a tragar lo que le echen – recordando la expresión del presidente de la ATR – y con escasa capacidad crítica. No parecen del todo fiables las encuestas que señalan que una gran parte de los telespectadores no se creen los contenidos de algunos de esos programas, como ese 61,7% que consideraba falsos los de tipo esotérico [23]; claro que, luego, pican en el anzuelo y, aunque se declaren escépticos – quizás por no querer aparecer como crédulos ante el entrevistador –, conectan con la emisión.

Las críticas de los niveles cultos se quedan, pues, en esos mismos niveles. Además, no deja de ser una inconsecuencia que, en la misma página o en páginas colindantes, cohabiten una crítica televisiva o un artículo contra los *reality show* y un anuncio de la cadena X animando al lector a contemplarlos. Es un imperativo comercial – ingresos publicitarios mandan – contrario, sin embargo, a la coherencia ideológica. Cabe incluso conjeturar que la discusión pública acerca de la conveniencia de estos *reality show* aun resultando por lo general negativa para éstos, contribuye a reforzar su fama dado el carácter polémico de que están rodeados. Como ocurre con el terrorismo, en ocasiones darle excesiva publicidad supone caer en el juego de los terroristas. Salvando obviamente las distancias (es distinta su gravedad), cuanto más importancia y páginas se le ofrecen, más aureola cobran este tipo de programas.

Puede oponerse legítimamente a este razonamiento que la libertad de información exige que se pueda y deba dar información acerca de estos espacios, y que sea el ciudadano, en uso de su libertad, el que decida o no engancharse a ellos. El argumento tiene una parte válida, pero no tiene en cuenta el importante aspecto de la responsabilidad social y pública exigida a los responsables de televisión, que suelen sacrificar – en buena medida – la objetividad en la orientación o información sobre la calidad de sus productos anteponiendo los intereses puramente comerciales, que son los que generalmente priman, incluso bastantes veces en las televisiones públicas.

4. El problema global: el deterioro de la calidad televisiva

Los índices de audiencia son actualmente los que determinan, en buena parte, la programación televisiva. Es ésta la justificación favorita de los programadores y directivos de las televisiones, que adoptan cada vez en mayor número. Pero la cuestión clave que debemos plantearnos es si acaso la calidad no vende. En bastantes ocasiones

se ha demostrado que sí: recordemos los *récords* de audiencia alcanzados por los debates televisivos entre González y Aznar en la campaña electoral de 1993, series de producción propia como "Juncal" y "Farmacia de guardia", o, yendo más lejos en el tiempo, los documentales de un Félix Rodríguez de la Fuente. "Lo que ocurre – ha dicho *ABC* – es que la cuota de basura ha crecido lo suficiente para que sea conveniente dar la voz de alarma" [24]. Y esta alarma procede de la gravedad que proviene de la más que posible conculcación de ciertos derechos en algunos de los programas que se emiten: el derecho a la intimidad o al honor, los del público infantil y juvenil a una protección eficaz de su sensibilidad, etc. Y también procede de la mayor apuesta por la faceta del puro entretenimiento, llegando al engaño y a la manipulación si es preciso, y relegando las otras dos funciones que tradicionalmente le han sido también atribuidas al medio televisivo: formar e informar.

El *prime time* está dominado a menudo por programas de no excesiva calidad, y los que – según mediciones de audiencia – no funcionan, pese a tener un evidente interés cultural o informativo, son desplazados a horas intempestivas o suprimidos. Con algunas dosis de exageración pero no exento de verdad, Ignacio Camacho ha escrito en *Diario 16* que "en las horas punta, el *prime time* de la jerga anglosajona del medio, reinan los putones jacarandosos, los payasos con pretensiones, los saltimbanquis de la información, las viejas glorias del cine metidas a animadores de un circo calentorro y los buscadores de niñas violadas y demás víctimas de la España negra. Los programadores de este continuo *reality show* están reeditando, sin saberlo, la apoteosis cafre de Millán Astray: muera la inteligencia, viva la muerte" [25].

Algunos intentan explicar sociológicamente esta realidad del medio audiovisual como una "estrategia diseñada para mantener entretenido al personal mientras los cabezas de fila dirimen sus pleitos", de tal manera que "España entera se ha convertido en un circo en el que los españoles distraen sus cuitas pendientes del *reality show*" [26]. De todos modos, resulta difícil de creer que todo se deba a una campaña planificada, pues son demasiadas las personas y televisiones que intervienen.

Cuando se discute en torno a las medidas que deben tomarse para variar este estado de cosas, hay que distinguir al menos tres planos: el jurídico, el ético y el profesional. Por un lado, deben respetarse las leyes y normativas establecidas para salvaguardar legítimos derechos como el de la intimidad personal o el del público infantil a no recibir mensajes y escenas de violencia o sexo que dañen su sensibilidad. Y al mismo tiempo el Estado y las asociaciones de telespectadores deben poder exigir responsabilidades a los fabricantes de productos televisivos y a los programadores y directivos de las cadenas. Además, desde el punto de vista ético, el espectador tiene derecho a ser considerado en su humana integridad y dignidad, en vez de ser contemplado como un objeto manipulable que sólo interesa en cuanto número de potencial audiencia, y también a que se satisfagan – una vez cubiertas sus mínimas necesidades vitales – sus necesidades de tipo cultural y recreativo sin rebajarlas a niveles que únicamente contemplen la dimensión animal del ser humano.

No existe aún en España una toma de conciencia lo suficientemente fuerte por parte de la sociedad acerca de la necesidad de exigir a las televisiones el respeto de los derechos del telespectador. De ahí que las demandas de la ATR se queden muchas veces en voces que claman en el desierto. Su presidente, por ejemplo, ha declarado públicamente que

"los usuarios tienen derecho a estar representados en las televisiones públicas o en los órganos que las controlan, tal y como sucede en otros países europeos" [\[27\]](#). Poco eco han encontrado, sin embargo, estas pretensiones por más que respondan a un elemental sentido común y democrático.

No es verdad que las televisiones sean unos meros servidores de los gustos que el público pide: al público también se le educa o se le deforma a través de lo que la televisión le proporciona y a lo cual le acostumbra, de tal modo que le hace pedir, en expresión asaz repetida en los actuales ambientes políticos, "más de lo mismo". Falta valentía en una verdadera apuesta por la calidad, que cultive valores más dignos del espíritu humano, y esto puede conseguirse con simple profesionalidad y sentido de responsabilidad social. Como concluía un editorial ya citado de *ABC*, "en nombre de la libertad no puede fomentarse una sociedad bestializada [\[28\]](#), o idiotizada, podríamos añadir. No es la libertad un valor absoluto en cuanto que no puede imponerse sobre derechos humanos previos.

Parece como si, en los últimos tiempos, quisiera exaltarse una especie de cultura de la zafiedad, de la grosería o del mal gusto, como si en estas notas radicara incluso lo estético. Claro que procura enmascararse bajo explicaciones de naturalidad, pero no por ello deja de resultar una ordinariez, como ha podido comprobarse recientemente en la utilización – y es sólo un ejemplo – de atributos sexuales como reclamo publicitario y promocional de un diario de difusión nacional, campana que ha recibido fuertes y razonadas críticas (quizás, o seguramente, esa era la intención: adquirir notoriedad pública, aunque fuera con polémica y rechazo).

En otros lejanos tiempos la droga nacional que obnubilaba las mentes de nuestros audaces hidalgos eran las novelas de caballerías. Siguiendo este símil, Antonio Burgos ha escrito en *Diario 16* a propósito de la televisión:

Harto de pasar madrugadas en vela entre las páginas de los libros de caballerías, macandé perdido, Don Quijote se echó a los caminos. Una cierta España, harta de las largas horas del televisor infame, se echó a los caminos de los más lamentables y condenables delitos, de las más absurdas locuras de amor, de la venta de los sentimientos y de la compra de los principios.

Buscando la salud de Don Quijote, el cura y el barbero hicieron el famoso escrutinio de los libros de caballerías de su biblioteca. Por la buena salud social, urge que España se convierta en cura y en barbero, para arrojar por la ventana toda la basura infamante de las televisiones de caballerías [\[29\]](#).

No se trata de ir quemando televisiones cual si de bibliotecas quijotescas se tratara. Debe bastar con depurar la actual configuración de su programación, atreverse a informar sobre el dolor sin baratos sensacionalismos y con la prudencia y cautelas necesarias, y exigir, mediante los oportunos instrumentos de control, el cumplimiento estricto de las obligaciones legales, éticas y deontológicas establecidas o que se establezcan con el tiempo con el fin de evitar la mercadería de un sentimiento tan íntimo, profundo y digno de respeto como el dolor humano.

[1] "Tele-basura", *ABC*, 17.4.93, p. 17.

[2] Angel Fernández Santos, "La ley de Lynch", en *El País* (suplemento "Temas de nuestra época", año VII, número 285, 1.7.93, p. 7).

[3] Francisco Umbral ha escrito al respecto que *El Caso* "era una manera de dar España real, contra la España oficial de la dictadura. Los sucesos fueron una tercera vía para dar la verdad del país (como el "Pascual Duarte" de Cela, en muy diferente y altísimo nivel literario). Franco permitió *El Caso* porque pensaba que la gente, distraída con el crimen de la portera, la gata con alas o el hongo milagroso, se iba a despolitizar, como así fue". (Francisco Umbral, "Los sucesos", en *El Mundo*, 16.3.93, p. 7).

[4] *Ibid.*

[5] *ABC*, 17.4.93, p. 62.

[6] *Ibid.*

[7] Luis Fernández, "El 28-E de la televisión", en *El País*, 2.2.93, p. 48.

[8] *ABC*, 17.4.93, p. 62

[9] *Tribuna*, 30.8.93, p. 13.

[10] "Violencia en televisión", *ABC*, 21.3.93, p. 23.

[11] *El Mundo*, 31.1.93, p. 5.

[12] *Diario 16*, 3.2.93, p. 2.

[13] *Tiempo*, 9.8.93, pp. 1 y 12-15.

[14] "Las operaciones del 'doctor' Joseph K", *El Mundo*, 23.7.93, p. 2.

[15] *El Mundo*, 23.7.93, p. 27.

[16] Carlos Boyero, en *El Mundo*, 23.7.93, p. 69.

[17] *ABC*, 17.4.93, p. 62.

[18] *ABC*, 17.4.93, p. 61.

[19] *Ibid.*

[20] *Tribuna*, 30.8.93, p. 8.

[21] [Tribuna](#), 30.8.93, p. 12.

[22] [Diario 16](#), 2.6.93, p. 57.

[23] Cfr. [Tribuna](#), 30.8.93, p. 12.

[24] “Tele-basura”, [ABC](#), 17.4.93, p.17.

[25] Ignacio Camacho, "Abajo la inteligencia", en [Diario 16](#), 20.6.93, p. 2.

[26] J.A. Gómez Marín, “Telemanejo”, en [Diario 16](#), 3.7.93, p. 2.

[27] [ABC](#), 2.5.93, p. 153.

[28] “Tele-basura”, [ABC](#), 17.4.93, p. 17.

[29] Antonio Burgos, "Urge un cura y un barbero", en [Diario 16](#), 13.3.93, p. 3.