

# Telerealitat més enllà del límit

La cosa s'ha desbocat: des dels primers 'reality shows' fins ara només ha passat una dècada, però el concepte d'aquests programes —la voluntat de tractar la realitat íntima de forma desnaturalitzada i sensacionalista— evoluciona de manera constant, com si sempre hagués format part de les nostres vides. I la festa salvatge de la televisió porqueria no ha fet més que començar.

El momentament anava xop de sang, i això es nota, perquè, la sang, ocasionalment, torna a definir-ho tot. L'any 1993, Nieves Herrero va convertir el seu *talk show* —programa d'entrevistes— *De tú a tú* en un *reality show* —literalment, "espectacle de realitat", és a dir, xou d'impacte, la realitat tractada com a espectacle— que mostrava la desesperació de les famílies, les amigues i els veïns de les tres adolescents assassinades en el crim d'Alcàsser. L'any 2004, la majoria de *talk shows* i *magazines* televisius de matí i tarda s'han convertit en *realities* brutals, esgotadors, abusius i embafosos sobre els atemptats massius de Madrid.

Enmig hi ha la història pura de la televisió, en què la realitat desnaturalitzada s'ha convertit en la matèria primigènica per fer programació fàcil, efectiva i molt rendible a càrrec de productores especialitzades a traure el màxim profit als recursos humans i econòmics. El tractament que va fer Nieves Herrero dels fets d'Alcàsser va provocar l'escàndol en els mitjans escrits, però va obrir els ulls als executius de la televisió: en total, 17 milions de persones varen seguir la devastació de les famílies de les tres víctimes a través del programa d'Herrero i d'un altre *reality*, *Quién sabe dónde*, de Paco Lobatón. Va ser la primera vegada des de la instauració democràtica en què la televisió demostrava el seu poder a la premsa i s'erigia com un mitjà superior amb una ètica (o absència d'ètica) pròpia.

I el model es va explotar fins a les últimes conseqüències, que varen ser les

de l'horrorífic. Perquè en llarg seguit de programes sensacionalistes sobre successos col·lapsaren les pantalles un dia rere altre, fins que l'esgotament del públic va fer necessari canviar de plantejaments. En la forma, és clar, perquè calia continuar amb el fons que, inicialment, havia procurat tant d'èxit.

**La porqueria plural.** En un llibre impagable —*Mírame, tonto!* (Edicions Robinbook)—, la periodista valenciana i antiga redactora de programes-porqueria Mariola Cubells especifica clarament quin estil televisiu va quedar d'aquella sobredosi de negror. Calia fer nous programes "que no requeriren cap esforç" més enllà "de posar la ment en blanc". Els programadors saben que consumir aquesta opció per als espectadors pot resultar molt senzill. "La gent no té cap culpa", insisteix Cubells. "El programador diu a l'espectador: a vostè li agrada el *fast food*? Doncs menge'n tant com vulga. En l'esmorzar, en el dinar, en el berenar i en el sopar; jo li n'ofereixo. Això seria una barbaritat permetre-li-ho a un xiquet. Doncs bé, hi ha una gran part de la població que, a efectes audiovisuals, està tan indefensa com un nen."

El sensacionalisme post-Alcàsser havia demostrat que el model, aplicat al *fast-food* sanguinolent era efectiu: la morbositat hipnòtica se sumava als pocs esforços cerebrals que aquests programes exigien a l'espectador. L'abús de la curiositat malsana per la sang havia esgotat els ulls de la gent, però no els budells: s'havien acostumat al *fast-*



Dalt, *Hotel Glam* i Malena Gracia, una de les seues protagonistes. A sota, *Gran Hermano*.



EL TEMPS / EFE

*food* i ja no volien cuina elaborada, perquè la digestió era molt més complexa, més feixuga, més exigent.

El sensacionalisme era l'essència, i el protagonisme retorçut de la realitat, l'embolcall ideal per fer-lo fructificar. I proliferaren els programes de testimonis, on individus que mai havien pogut somniar amb aparèixer per la televisió ara tenien la seua oportunitat, sempre que acceptaren explicar les seues intimitats, o transvestir-se, o barallar-se, o enamorar-se davant de la gent.

Més tard es varen carregar de bombo els programes de debats, amanits de violència i agressivitat. Mariola Curbells, dins d'aquest estil de programes, assenyala dues fites. Primer, la que va

## 'Hotel Glam' ha marcat un cim que la resta de programes han de superar

suposar, el 13 de gener del 1997, l'emissió en Canal 9 d'una edició de *Parle vosté, calle vosté*, presentat per Josep Ramon Lluch, que es titulava: *Les dones no arriben a més perquè no poden?*. Gràcies a la connivència i a la intenció

total del programa, les dones varen ser tractades literalment com a fem per públic i convidats.

Però aquest filó també es va exhaurir, i a algú se li va acudir recórrer al xampany per camuflar la merda. Perquè, no podria ser aquesta una beguda ideal per camuflar el sabor de la vulgaritat? No podia aportar una dosi de morbositat que no resultara tan fastigosa com la sobredosi de flaïre a mort dels primers programes de successos, o tan previsible com les raons peregrines de gent desconeguda?

I, progressivament, a partir d'un programa de Tele 5, *¡Qué me dices!*, les morgues varen ser substituïdes pels famosos de la premsa rosa, als quals es va passar a ridiculitzar des dels nous programes sensacionalistes.

L'èxit va ser absolut, sobretot gràcies a l'impuls donat per *Tómbola*, el ja veterà programa de Canal 9 que ha acostat la temàtica de la premsa del cor a la de tribunals, amb judicis, insults directes, amenaces de demandes i fins i tot violència física. El programa *Tómbola*—produït, precisament, pel marit de Nieves Herrero—és la gran metàfora de les entranyes de la major part de la televisió comercial que es fa actualment, el reflex en un espill còncav de les errades i baixeses de la societat a què va adreçat. Cada emissió costa a l'erari públic uns 180.000 euros. Els periodistes que hi participen—Jesús Mariñas i companyia—poden arribar a cobrar—les xifres són secretes, però hi ha filtracions—ni més ni menys que 3.600 euros per programa. I n'hi ha un cada setmana, sense que això signifiqui que deixen de col·laborar en molts espais televisius semblants més. Perquè avui, una televisió privada generalista com Tele 5 dedica fins al 50% de la seua programació al món rosa. I potencia alguns dels programes més salvatges d'un nou gènere: la telerealtat rosa, abanderada per programes com *Aquí hay tomate* o *Gran Hermano*.

**Més enllà de tota frontera.** Perquè el programa *Aquí hay tomate* barreja gent anònima amb famosos, els interrelaciona i els tracta a tots com a vertadera púrrria humana; *Crónicas*



El programa de Canal 9 *Tómbola* es dedica a aplicar les tècniques més salvatges de telerealltat als conceptes informatius de la premsa del cor. El resultat, un espai on la crònica rosa es converteix en groga i en negra gràcies als insults, la violència i la ridiculització dels convidats.

## Exorcistes, bruixes i sanadors conviuran tancats en un nou 'reality'

*marcianas* fa un *mix* entre excentricitats grogues, famosos de segona categoria i violència verbal a dojo, i *Gran Hermano*, ja molt llunyà a la presumpta experimentació social amb què es venia en un principi, s'esforça en dues coses: primer, a fer conuiu elements humans capaços de generar espectacle addictiu; i segon, a nodrir la resta de programes dels *detritus* humans que haja pogut generar el programa mare. Perquè tots i cadascun dels individus que han passat per *Gran Hermano*, després, es deixen caure per la llarga filera de programes televisius que entrevisten famosos de nova planta amb característiques circenses. Tot es relaciona, tot forma part d'un mateix escenari dividit en infinites i repetitives escenes.

Una cadena refractària al sensacionalisme com TV3 ha programat programes que beuen de la telerealltat *civilit-*

*zada* com ara *El talp* o *El cim*. Lògicament, la immensa majoria de la resta de cadenes, molt menys prudents, no han deixat d'aprofundir en els *realities* en carn viva. La immersió no podia donar cap altre resultat que l'actual: un *més enllà* en el concepte de telerealltat en què qualsevol cosa és possible, i en què la ficció, l'absurd, el surrealisme, la bogeria, la paròdia, els excessos constants i el sensacionalisme delirant

allunyen el resultat de qualsevol referència real. A l'estat espanyol, l'inici d'aquesta festa de la telebogeria sense límits el va proposar Tele 5 amb *Hotel Glam*, l'impressionant programa paròdic que obligava a conuiu i a relacionar-se en un espai tancat farcit de càmeres als famosos més psicotrònics i viciosos. Allò ha derivat en una increïble edició de *Gran Hermano* (*Gran Hermano Vip*), en què famosos de segona i tercera filera fan competició per aspirar al pòdium de la popularitat catòdica, i esquivar de pas els luxuriosos atacs de la vedet francesa Marlene Murreau.

Tot està preparat per a nous intents de transgredir els límits, en aquesta línia de telerealltat retorçada, paròdica i, definitivament, brutal. Antena 3 enllestix *El castillo de las mentes prodigiosas*, programa que tancarà sota el ma-



El llibre de Mariola Cubells *¡Mírame, tonto!* descobreix els trucs de la teleporqueria. Al costat, l'actor Fabio Testi, gran protagonista de *Gran Hermano Vip*. L'última imatge és de la milionària Paris Hilton, que conviu amb pobres en un *xou* televisiu.



teix recinte exorcistes, curanderos, màgics, bruixes i mentalistes de l'estat espanyol i Amèrica Llatina. També està a punt un altre espai en què uns estilistes homosexuals convertiran un concursant primitiu i heterosexual en un refinat home de món. Mentre això arriba, ofereix *Factor Miedo*, espai en què els concursants fan les proves més bestials posant en risc evident la pròpia integritat física.

Per la seua banda Tele 5 prepara *La casa de tus sueños*, on els concursants hauran de construir-se ells mateixos una casa que ocuparà un terreny d'un miler de metres quadrats. I Canal 9, en el seu costum d'adornar amb caspa vetusta qualsevol matèria, ha engegat *Boda en 48 hores*, un programa concurs que prepara en un parell de dies una boda per a una parella —habitualment una parella més o menys *freak*— que ha de superar tot tipus de proves i obstacles.

Però totes aquestes característiques destarifades i retorçudes dels nous *realities* no són res en comparació a les modes que manen als països originaris del concepte: els del mercat anglosaxó, els que tenen un sistema comunicatiu més veteranament capitalista i competi-

tiu. Per exemple Anglaterra, on hi ha un programa que subhasta la casa de gent que necessita urgentment diners; és, de fet, el país de la cadena Channel 4, que ha emès especials escandalosos com un en què el mentalista Derren Brown, pistola en mà, va jugar a la ruleta russa en directe. En aquest mateix canal, que sempre s'ha caracteritzat per l'escàndol trencamotlles, és on s'ha programat el delirant *Shattered*, un *xou* d'impacte paranoide que guanyava el concursant que no dormia durant una setmana, i que havia de resistir proves tan soporíferes com assistir a les més avorrides classes de matemàtiques. Als Estats Units, el nivell encara és més alt, i ha triomfat *The simple life*, un programa en què dues joves multimilionàries ha-

vien de fer vida en una granja amb americans de muntanya que semblaven de l'època Neanderthal. Una d'elles, Paris Hilton, s'ha convertit en una estrella, i ara s'enfronta a un altre *reality* en què haurà de viatjar per les contrades més recòndites del seu país sense diners, ni telèfon mòbil ni targeta de crèdit ni companyia de cap home, cosa aquesta última que la té desolada. El milionari Donald Trump és el protagonista d'un *reality* estil *Operación triunfo* per a executius; una gran cadena prepara un programa en què dos joves del grup religiós *amish* —que manté els seus adeptes ancorats socialment uns quants segles enrere— s'enfronten al sexe, les drogues i a tot allò que comporta la disbauxa occidental. I el millor de tots: un concurs en què una dona que vol amor ha d'escollir parella entre una colla d'homes amb els quals haurà de conviure. Però alguns d'ells són homosexuals. I ella no ho sap. Si tria l'heterosexual, hi ha un milió de dòlars per a tots dos. Si escull l'homosexual, el premi és per al gai. Per a ella, res. Només la humiliació. I la fama, és clar.

**La milionària  
Paris Hilton ha  
hagut de treballar  
en una granja per  
triomfar en TV**

Joan M. Oleaque