

# Yo también he visto 'GH'

JAVIER E. ARMENTIA

Cualquier intento de hacer sociología del mundo audiovisual acaba en agua de borrajas: si algo se está aprendiendo últimamente es que aquello que cantaba la zarzuela de los “tiempos que adelantan / que es una barbaridad” es demasiado cierto como para permitir siquiera un análisis pausado. Al igual que nadie pudo predecir adecuadamente el nacimiento de la era de Internet y el despliegue que está conformando eso que llaman ya tercer –o cuarto– entorno, me temo que casi nadie va a poder prever qué sucederá a continuación... aunque vamos teniendo unas cuantas claves que, cuando menos, empiezan a producir espanto.

Pongamos por caso el fenómeno televisivo –pero no solamente televisivo, sino también de Internet, editorial...– de esta temporada, el concurso *Gran Hermano*. Como otros muchos, como casi todo el mundo, supe del invento mucho antes de que llegara por aquí, con su lanzamiento hace medio año en Holanda y las consiguientes teorías, críticas y también alabanzas que iba generando el fenómeno, intrínsecamente perverso –no lo olvidemos– de convertir la vida íntima de un grupo de personas sometido a un entorno indudablemente hostil en materia televisiva, por obra y gracia de un sofisticado sistema técnico de seguimiento, pero sobre todo de un deliberado proceso de manipulación en el que se juega con instintos más o menos primarios, curiosidad morbosa, teleadicción y un larguísimo etcétera.

El *monstruo* llegó a nuestro país. Como muchos otros, decidí obviarlo de la misma manera que obvio casi todo lo que sale por televisión. Pero es un empeño tan vano como intentar aislarse del mundanal ruido... O te vas a una isla desierta o tarde o temprano te vas enterando del asunto. Porque no solamente es cosa de ver la cadena que promociona el programa, a cualquier hora porque parte del montaje es meterte *GH* en todos los lados, desde los informativos a las teleseries. uno no podría tampoco leer ya los periódicos, que sistemáticamente introducen información de las últimas jugadas y comentarios o críticas, como sucede con el fútbol. Ni siquiera escuchar las radios ni meterse en los *chats* de Internet. Los concursantes y sus circunstancias se convirtieron desde casi el primer día en *materia informativa* o *materia de cotilleo*, alcanzando desde el papel cuché hasta la parada del autobús.

Total, que uno acaba siguiendo las andanzas de estos personajes, en su mundo ridículo en el que no hay televisión, precisamente a través de la televisión. Sometidos al absurdo de tener que estar todo el día relacionándose, se les niega, por condiciones o cláusulas

contractuales, el elemental espacio de intimidad que cualquier ser humano necesita... convirtiendo así todo lo que hacen en acto público. No es de extrañar que el perfil de los participantes haya sido cuidadosamente seleccionado para conseguir personas fatuas e intrascendentes, eso que solemos llamar *pijos*: por un lado, nadie duda de que gente así sobrevivirá mejor en ese ecosistema; por otro, se evita el riesgo de que de repente los participantes decidan ponerse a discutir sobre filosofía o literatura, algo que posiblemente haría caer la audiencia del *bicho*. De esta manera, juegan, bailan o hacen el mono, se enamoran y se cabrean de manera primaria, llenan su vida abierta en canal digital de necedades poco sofisticadas. (Como oí comentar, con diferentes matices, a Victoria Camps por un lado y a Gustavo Bueno por otro, esto es más un experimento de primates que de humanos.) En cualquier caso, *GH* está ahí, como realidad imparable de un mundo, el de la comunicación audiovisual, en el que todo puede ser aún peor que lo horrible que ya era.

Teorías de la comunicación aparte –léase a Ignacio Ramonet, por ejemplo, en su libro *Tiranía de la comunicación* (Debate, 1998), donde plantea cómo la comunicación deja de serlo realmente para ser mercancía y mecanismo de poder total; también en la reedición de su texto *La golosina visual* (Debate, 2000), donde presenta la trivialización y banalización de la comunicación como signo de los tiempos–, lo cierto es que uno puede apuntar cuestiones sobre la ética de algo así, sobre el *plus ultra* que supone *GH* en la falta de valores de los programadores televisivos. Pero las alternativas que *contraprograman* las otras cadenas no son mucho mejores: un concurso en el que el participante tiene que llenarse el cuerpo de ratoncitos para ganar, el sempiterno espectáculo del fútbol-de-cadena-televisiva o el cotilleo sobre los famosos-de-profesión. En muchos sentidos, más de lo mismo: los participantes son concursantes haciendo el bobo, son parte de una máquina de hacer dinero como el fútbol y también son objeto de cotilleo como los otros que están sueltos por la calle.

Ante este estado de las cosas, queda como utópico defender la calidad en los medios de comunicación, conseguir que el cotilleo se sustituya por el debate o la crítica, el despertar de las pasiones más o menos primarias por el lujo de los placeres de la razón. O, peor que utópico, acaba sonando esnob. Ya ven, incluso yo me he permitido colar de rondón en una publicación que se pretende sería el tema de moda. Lo confieso, yo también he acabado viendo *GH* ●