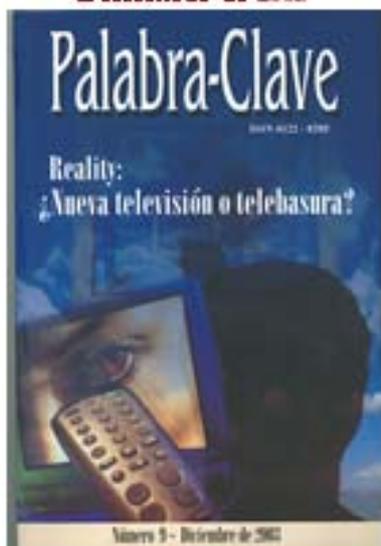




Número 9
Diciembre de 2003



Artículo:

Los modernos alcahuetes mediáticos

Autor:

Carlos Elías

Universidad de La Sabana
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Campus Universitario, Puente del Común- Chía
Teléfono 8615555 Ext:1907-1908
A.A:140013 Chía
<http://www.periodismo.edu.co>
Chía, Cundinamarca

Los modernos alcahuetes mediáticos*

Resumen

En diez años, la televisión española ha pasado de uno a 17 programas dedicados a hablar sobre la vida privada de personajes famosos. Los programas de “cotilleo” o chismes, ocupan las franjas de mayor audiencia y, además, generan cotas de pantallas muy elevadas. El fenómeno desprestigia ante la opinión pública una profesión: la periodística, que ya de por sí tiene muchos detractores. Como fórmula para paliar este problema se propone que a los, hasta ahora, periodistas del “corazón” se les denomine eufemísticamente “comunicadores populares” o, sin eufemismo y usando mejor el idioma: cotillas, alcahuetes o correveidiles.

Palabras Clave: Telebasura, información, cotilleo, ética periodística.

Abstract

In the short space of ten years, the Spanish television has shot straight from only 1 to 17 programs devoted to talk about the private life of all kinds of celebrities. These “chitchat” and gossip shows have invaded primetime spaces with the largest audiences, and generate very high screen measurement levels. In the eyes of public opinion, this phenomenon is further discrediting the prestige of a profession: journalism, which anyway, as it is, has already won many detractors. As a formula to palliate this problem, it has been suggested that, from now on, the so-called “journalists of the heart” are euphemistically mentioned as “popular communicators”; or - with no euphemisms at all and in a more pure language, with the most proper terms: gossipmongers, meddlers, or muckrakers.

Key Words: Junk TV, information, chitchat/gossip, journalistic ethics.

Carlos Elías

Profesor titular de Periodismo Especializado en la Universidad Carlos III de Madrid. Licenciado en Ciencias de la Información (Periodismo) y en Ciencias Químicas por la Universidad de La Laguna (ULL), donde se doctoró con Premio Extraordinario. Ha colaborado con los diarios ABC y Canarias 7, y ha trabajado como redactor de las secciones Política y Local en la Agencia Efe. Entre 2000 y 2002 se encargó de parte de la información de Ciencia del diario *El Mundo*. Es autor del libro "La ciencia a través del periodismo" (Editorial Nivola), así como de diferentes trabajos de investigación sobre sociología de la ciencia, periodismo especializado y televisión.

* Ponencia presentada en la IV Bienal Iberoamericana de la Comunicación, realizada en El Salvador, en septiembre de 2003.

Los modernos alcahuetes mediáticos

Carlos Elías

Una de las características de la telebasura actual en España es el incremento de los programas dedicados a hablar sobre la vida privada de personajes famosos. Herederos del periodismo femenino y de cierto sensacionalismo, han pasado de la prensa del corazón, muy popular en España, a la televisión.

El primero en aparecer fue en 1993: *Corazón, corazón*, emitido por la Primera Cadena de TVE y conducido por la periodista Cristina García Ramos¹. Sin embargo, según se desprende de las audiencias registradas en el Anuario de la Televisión en España, se comprueba que de ese primer programa se llegó en 2002 a nada menos que 17 programas en los que de una u otra manera se habla exclusivamente de la vida privada de la gente.

Pero la cuestión no se queda sólo en esos 17 programas, sino que en estos momentos otros no exclusivos de esos temas hablan también del “corazón”. El fenómeno es especialmente preocupante en programas con pretendidos contenidos periodísticos más serios y que, además, son conducidos por periodistas que tuvieron un papel relevante como especialistas en política durante la Transición. Los ejemplos más relevantes de este fenómeno son: *Sabor a ti*, de la periodista Ana Rosa Quintana (Antena 3); *A tu lado*, de otro periodista, Pedro Piqueras, antiguo presentador de informativos, que han ido sumando minutos al cotilleo y restándole a otros asuntos. También el de la periodista María Teresa Campos, *Día a día*, que ocupaba una media de 36,4 minutos en los famosos, hasta que Campos decidió en 2003, con mucha valentía y en contra del criterio de la cadena, dejar de informar del *reality show Gran Hermano*.

Por cadenas, Antena 3 es la que en 2002 dedicó más tiempo al “corazón”: en una semana emitía 13 horas y 23 minutos de estos contenidos, lo que supuso el 7,9% de su programación. Televisión Española dedicó 5 horas y 43 minutos a la semana, 3,4% de su programación. Telecinco emitió a la semana una media de 12 horas y 25 minutos, el 7,4% de su programación. Aunque debe matizarse que esta cadena redujo drásticamente sus contenidos “rosa”, porque en la temporada anterior, la 2000-2001, el 14,7% de su programación hacía referencia a la vida privada de los famosos. En todo el territorio nacional, en 2002 sólo la televisión autonómica de Cataluña y la de Castilla-La Mancha, carecían de este tipo de programas. Además, el problema se agrava porque las franjas horarias en las que se emiten suelen ser las de máxima audiencia. Existen dos tipos de programas del “corazón”. Los amables, como el de Televisión Española, y los que utilizan la sátira agresiva y descarnada para hablar de la vida privada de los famosos. Una estrategia que comenzó en 1995 cuando Telecinco estrenó su *¡Qué me dices!*

Cotilla, alcahute o correveidile frente a periodista

En un debate con formato de telebasura emitido por la televisión pública española (TVE) sobre el periodismo del corazón, se discutía acaloradamente sobre si los que deben informar sobre esos

asuntos tenían que ser periodistas o podía hablar cualquiera. El debate, dentro del programa *Esta es mi historia*, fue emitido el viernes 25 de julio de 2003 y conducido por la periodista Ana García Lozano. Como toda telebasura que se precie, todas las opiniones, las alocadas y las coherentes, tuvieron similar tiempo y los insultos fueron la nota dominante. Por supuesto, tampoco hubo expertos: sociólogos o profesores universitarios que centrasen el tema. Aunque prefiero pensar bien y suponer que los llamarían pero que nadie quiso acudir por razones de pérdida inmediata de credibilidad profesional.

El programa fue un desastre y contribuyó a que la población tuviera aún una peor imagen del periodismo. Los periodistas con carrera ni siquiera se ponían de acuerdo en temas fundamentales. Tras el debate, los espectadores quedaron más desconcertados que al principio, aunque esa es una característica de los debates tele-basura.

Sin embargo, y como este artículo es producto de una reflexión sobre este fenómeno, es conveniente exponer, al menos, dos o tres ideas sobre éste, el tan cacareado debate del “periodismo del corazón”.

En primer lugar, y para centrar el discurso, hay que recordar que noticia es aquel hecho novedoso de importancia y de interés público. Normalmente son asuntos duros que requieren que la sociedad los conozca para ejercer su derecho de crítica y, después, resolverlos o pedir responsabilidades a los políticos que ha elegido. Una democracia sana se basa en el periodismo libre. Sobre todo en el periodismo político y económico libre. Aunque también se necesita libertad para informar sobre cultura o ciencia. El periodismo toca temas serios y no es un entretenimiento ni entra en frivolidades como la vida íntima de personas o anécdotas intrascendentes. Otra cosa es que utilice alguna anécdota para enganchar al lector a una noticia más dura.

En general, el periodismo en las democracias debe tener una función de “perro guardián” o de contrapoder. Hay veces, no obstante, en que las noticias no poseen una carga tan dramática, sino que hablan, de asuntos verdaderamente intrascendentes.

Desde mi punto de vista, que puede ser discutido, eso no llega a la categoría de lo que hoy consideramos periodismo. Es simplemente cotilleo. Algo muy sano, si no se hace daño a los demás y no se ejerce continuamente, pero al fin y al cabo, cotilleo. Y los que lo practican como forma de ganarse la vida son simplemente cotillas profesionales.

El diccionario de la Real Academia, en su edición de 2001, define cotilla como “persona amiga de chismes y cuentos”. Chisme es “noticia verdadera o falsa o comentario con que generalmente se pretende indisponer a unas personas con otras”. Hay una especificación para “chisme de vecindad”, que es “lo que versa sobre algo de poca importancia”. Sobre la palabra cuento, la primera acepción la define como “relato, generalmente indiscreto, de un suceso”. Esta indiscreción y la privacidad de las personas es, precisamente, lo que define la palabra cotilla y la diferencia de periodista. Según el diccionario de uso del español de María Moliner, cotilla debe aplicarse a la “persona que procura enterarse de las cosas privadas de otros y las cuenta indiscretamente”. Creo que existen pocos espacios más indiscretos que un periódico o una televisión. La definición de Moliner sobre el verbo cotillear también nos aclara bastante: “Charlar por gusto sobre pequeñas faltas de alguien o contar

cosas que afectan a otros”. Con el paso del tiempo, el diccionario de Moliner se ha quedado algo desfasado y ahora ese “por gusto” debería ampliarse a “por dinero”. Retiro lo dicho. Tal vez no esté anticuado, porque si se cotillea y encima te dan dinero, suele dar mucho más gusto.

Sin embargo, creo que se adapta más a lo que se denomina “periodista del corazón una palabra antigua –la usaba mucho mi abuela, aunque ya casi no la oigo–, sonora y de procedencia árabe, como casi todas las palabras más bonitas de nuestro idioma. Esa palabra es alcahuete. María Moliner la define como “persona que va enterándose de las intimidades ajenas y va contándolas de unos a otros”. No obstante, teniendo en cuenta que esos alcahuetes modernos van de unas televisiones a otras y en varias franjas horarias, tal vez sería más correcto otra palabra muy ilustrativa de nuestro idioma: correveidile. Según Moliner, “persona que va enterándose de cosas privadas de unos y contándoselas a otras”.

Una profesión que ahora está en alza, porque en la televisión actual este cotilleo genera audiencia, por lo tanto da dinero y no es reprochable que la gente que se dedica a esta actividad reciba un porcentaje de lo ganado. Lo reprochable es que se programen estos contenidos.

Pero este cotilleo sobre la vida de los famosos no puede considerarse periodismo. Es simplemente, otra forma de comunicación o de información. Un profesor que enseña un tema de historia del arte a través de la radio (se hace por ejemplo en la UNED), utiliza los medios de comunicación para transmitir información, pero está claro que eso es una clase y no es periodismo.

La información o el cotilleo sobre famosos es similar. Un asunto distinto, que sí es periodismo, sería que en lugar de hablar, por ejemplo, de los matrimonios de Sara Montiel lo hagamos sobre su trayectoria profesional y redactemos un reportaje sobre por qué una actriz como ella ya no trabaja. Si para contextualizar la información, además de hablar de las condiciones actuales del cine español e internacional, contamos la anécdota de que Sara Montiel se tiene que ganar la vida al final de sus días montando matrimonios falsos y vendiéndolos a las revistas de cotilleo, puede que sea pertinente. Pero esas miserias humanas, no son importantes y, por tanto, no cumplen con uno de los requisitos para denominarse periodismo.

La “espuma de la vida” no es periodismo

La famosa frase del fundador de la revista *Hola*, Antonio Sánchez Gómez, sobre su publicación, resume sus intereses, que son extraperiodísticos: “Nosotros cogemos la espuma de la vida. La espuma no tiene ni densidad ni peso pero entretiene”. Evidentemente ésta no es ninguna definición de periodismo. El periodismo no entretiene sino que informa, y no “de la espuma que no tiene ni peso ni densidad”, sino precisamente de los hechos trascendentales que sí tienen densidad. Una regla de oro del periodismo es que lo importante siempre debe prevalecer sobre lo interesante. Y si *Hola*, que se considera unánimemente como la revista paradigma de lo que es la prensa del corazón, tiene esos principios, el resto, lo único que hace es mezclar esto con algo más de sensacionalismo convirtiendo el cotilleo en cotilleo sensacionalista que sí es algo dañino.

No deja de ser un eufemismo llamar a las revistas o programas de cotilleo como de “corazón”. Un atentado al idioma, digno de crítica de Lázaro Carreter, e intolerable en una televisión pública.

Existe un debate, propiciado por personas que se han dedicado a esto desde hace tiempo, que sugiere que este cotilleo, que ellos llaman “periodismo del corazón”, ha bajado de nivel. Antes se hablaba de casas reales y ahora de los personajes que genera la tele-basura. Puede que sea cierto pero no creo que sea más digno lo uno que lo otro. Sólo que cotillear y convivir entre la aristocracia siempre ha tenido más *glamour*, pero no deja de ser cotilleo mediático.

¿Deben los periodistas dedicarse al cotilleo profesional?

Respecto a la polémica sobre si este cotilleo profesional debe ser ejercido exclusivamente por los periodistas se dilucida teniendo en cuenta el hecho de que, por mucho que este chismorreo esté revestido de información o de entrevistas y estén firmadas por licenciados en periodismo, no lo convierte en periodismo. Al igual que no convierte en periodismo la actividad de teleoperador, muy digna y cada día más necesaria, aunque muchos de mis alumnos, licenciados en Periodismo, la tengan que ejercer porque lamentablemente no encuentran trabajo en lo que han estudiado.

El grupo de profesionales que se dedica a este cotilleo puede escribir bien o mal y puede utilizar en su trabajo técnicas usadas en periodismo pero, repito, eso no es periodismo. Por tanto puede ejercerlo aquel que tenga dotes de cotilla, alcahuete o correveidile televisivo: desparpajo ante la cámara, facilidad para hacer amigos en ambientes de famosos y habilidad para preguntar, escribir y relatar ante la cámara. Otra condición indispensable es considerar que cotillear sobre la vida privada entra dentro de su ética personal.

Esas dotes las suelen tener muchos periodistas, y por eso se dedican a estas actividades, pero también artistas, cantantes, concursantes de *reality shows*, médicos, veterinarios, abogados, diplomáticos o profesores universitarios. La empresa productora del programa de cotilleo deberá decidir quién es mejor alcahuete profesional y contratará a ése. Pero no puede hablarse en ningún caso de intrusión, porque el cotilleo está descartado de la actividad periodística y porque, por ahora, no existe titulación universitaria de “titulado en alcahuetería” con su colegio profesional correspondiente que vele por sus derechos de intrusión.

Y repito: no es nada deshonoroso ganarse la vida entreteniéndola a la gente como cotilla profesional, si esa actividad no daña la intimidad ni el honor de nadie. De hecho, tanto los diccionarios de María Moliner como el de la Real Academia no recogen de forma explícita que esas expresiones sean peyorativas. Tal vez lo peyorativo sea cómo se ejerce el verbo. Sin embargo, no cabe duda de que el español, que es una lengua muy rica y sabia, tiene recursos suficientes para definir perfectamente cualquier actividad. Y todas esas expresiones la definen adecuadamente. No obstante, pueden enmascararse esos significados usando algo prohibido en la correcta práctica periodística: el eufemismo. En este sentido, podría proponerse el de “comunicadores populares o sociales”, que como todos los eufemismos resulta tan general que no significa nada, pero jamás el de “periodistas del corazón”.

¿Es tele-basura el cotilleo?

Otro encolerizado debate es: ¿pertenece el cotilleo televisado al género de tele-basura? Para saberlo sólo hay que echar mano de la definición de tele-basura. En general, entre sus características está la

de una forma de hacer televisión centrada en explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de audiencias. Esto puede hacerse desde un mal ejercicio del periodismo (en el caso de la crónica morbosa sobre crímenes) y desde el cotilleo. Pero en ambos casos no deja de ser tele-basura.

Otra característica insiste en los asuntos que aborda: alejados siempre de los temas culturales, científicos y artísticos que han definido el progreso del ser humano. Se regodea en los temas zafios, esotéricos y banales. Esto puede hacerse desde el periodismo sensacionalista y desde el cotilleo. *Salsa Rosa* o *Tómbola* son un buen ejemplo de ello.

La tele-basura también se define por los personajes que exhibe y coloca en primer plano: son ignorantes, sin sensibilidad ni habilidad demostrada y certificada sobre alguno de los asuntos que ha favorecido el progreso humano: la música, la literatura, la ciencia, el cine o la política, entre otros. Con esta definición también podría hacerse tele-basura desde el periodismo y el cotilleo. Aunque en este apartado habría que debatir en qué ha favorecido el desarrollo del progreso humano la existencia de personajes de la realeza y la aristocracia que sólo han vivido de rentas del pasado y de ejercer como aristócratas. Pero, obviamente, este asunto excede mi capacidad de análisis.

Notas

¹ Cristina García Ramos se dedicaba al periodismo político durante la Transición española. Retransmitió en directo la salida, del Congreso de Diputados, de políticos y militares tras el golpe de Estado del 23 de febrero de 1981 en España.

Bibliografía

ALSIUS, Salvador. 1997. ***Catorce dudas sobre el periodismo en televisión***. Barcelona: CIMS.

ALTHEIDE, David L. 1984. ***Creating reality. How TV news distorts events***. (7ª ed.). Beverly Hills: Sage.

ASUMAN, Carl. 1992. ***Crisis of conscience: perspectives on journalism ethics***. Nueva York: Harper Collins.

AZNAR, Hugo. 1997. "El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo", en ***Anàlisi***, nº 20 (pp125-144)

BÉLANGER, Rodrigue et al. 1992. ***Éthique de la communication publique et de l'information***. Montreal: FIDES.

BERNIER, Marc François. 1995. ***Éthique et deontologie du journalisme***. Sainte-Foy: Presses de la Université de Laval.

- BONETE PERALES, Enrique. (coord.) 1995. **Éticas de la información y deontologías del periodismo**. Madrid: Tecnos.
- BOURDIEU, Pierre. 1997. **Sobre la televisión**. Barcelona: Anagrama.
- BUENO, Gustavo. 2002. **Telebasura y democracia**. Barcelona: Ediciones B.
- COLOMBO, Furio. 1998. **Últimas noticias sobre periodismo**. Barcelona: Anagrama.
- CONTRERAS, J. M. y PALACIO, M. 2001. **La programación televisiva**. Madrid: Síntesis.
- COOPER, Thomas W. (ed.). **Communications ethics and global change**. Nueva York: Longman.
- DAHLGREN, Peter y SPARK, Colin. 1992. **Journalism and popular culture**. Londres: Sage.
- DE PABLOS COELLO, José Manuel. 2001. **El periodismo herido**. Madrid: Foca.
- DIAMOND, Edwin. 1975. **The tin kazoo: Television, Politics and the News**. Cambridge, Massachussets: MIT Press.
- DIAMOND, Edwin. 1982. **Sign off: The last days of television**. Cambridge, Massachussets: MIT Press.
- ELIAS, Carlos. 2003. "Análisis de la figura del experto-florero y del invitado-profesional en la televisión basura emitida en España". **Estudios sobre el mensaje periodístico**. Volumen IX. Universidad Complutense de Madrid.
- ERICSON, Richard; BARANEK, Patricia y CHAN, Janet. 1991. **Representative order: crime, law, and justice in the News Media**. Toronto: University of Toronto Press.
- GITLIN, Todd. 1985. **Inside Prime Time**. Nueva York: Pantheon.
- GOULDNER, Andrew y WHANNEL, Garry. (comps). 1990. **Understanding Television**. Londres: Routledge.
- GUERRERO, Atiliana. 2002. "Betty la fea y Ecomoda, ¿por la tele-basura hacia la hispanidad?" **El Catoblepas, revista crítica del presente**. Nº 4. junio, pp. 5-13.
- KNIGHT, Graham. 1989. "The reality effects of tabloid television news" en N. Raboy y P. Bruck (comps). **Communications for an against democracy**. Montreal: Black Rose.
- LAMBETH, Edmund. 1992. **Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión**. México: Limusa.

- LANGER, John. 2000. **La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las “otras noticias”**. Barcelona: Paidós.
- LUMBY, Catherine y O' NEILL, John. 1994. “Tabloid television” en J. Schultz (comp.) **Not just Another Business: Journalists, Citizens and the Media**. Leichard: Pluto.
- McARTHUR, Colin. 1978. **Television and History**. Londres: British Film Insitute.
- MONCADA, Alberto. 2000. **Manipulación mediática. Educar, informar o entretener**. Madrid: Ediciones Libertarias.
- PALACIO, M. 2001. **Historia de la televisión en España**. Barcelona: Gedisa.
- PIPERT, W. G. 1989. **An Ethics of news: a reporter's search for truth**. Washington: Georgetown University.
- PIZARROSO, Alejandro y RIVERA, Julia. 1992. **Corazones de papel. Sensacionalismo y prensa del corazón en España**. Barcelona: Planeta.
- STEVENS, John D. 1991. **Sensationalism and the New York Press**. Nueva York: Columbia University Press.
- VV.AA. 2003. **Anuario de la televisión, 2003**. Madrid: Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual (GECA).