



Vuelve la telebasura

■ Las distintas cadenas de televisión internacionales luchan con el objetivo de privar de telespectadores a la competencia. Por ello los programas son sensacionalistas con todo lo que roza los límites de lo permitido. En algunos países la reacción de los anunciantes ha sido la de retirar su publicidad de los "programas basura", de modo especial aquellos que atentaban contra la moral, las buenas costumbres y los principios de la libertad y la convivencia.

Está claro que el medio televisivo, de audiencia nacional, camina hacia el mal gusto, la vulgaridad, la ordinariéz y la mediocridad. La violencia, el sexo, el morbo por la vida privada, la inexistencia de los elementales valores morales, éticos y sociales.

Siguen los 'reality-show' adelante por la gran audiencia que alcanzan. La cadena televisiva CBS de Estados Unidos ha emitido la serie 'Kid Nation' con chiquillos. Por este motivo se ha propagado una fuerte discusión por las implicaciones que conlleva el emplear a cuarenta menores —entre ocho y quince años— para publicar cómo se las ingenian, a lo largo de cuarenta días, bajo un sol abrasador, en un caserío desocupado de la sabana de Nuevo México. Las críticas han aumentado por parte de los rivales de la CBS y los progenitores que califican de inhumano este modelo de explotación

infantil. Por otra parte, los artífices de 'Gran Hermano' en Holanda, han vuelto a impresionar con un nuevo programa; Lisa de 37 años de edad y con un tumor cerebral se compromete a elegir, entre tres enfermos, el trasplante de su propio riñón. El doctor Peter Butler efectuará el intervención quirúrgica ante las filmadoras de todo el globo. La morbosa idea es de la creadora holandesa BNN, caracterizada en eventos palmarios de sexo, consumo de estupefacientes o violencia.

En España, Telecinco está grabando la versión española de 'Sin tetas no hay paraíso', del original colombiano, que ha batido récord de audiencia en aquél terruño. La serie relata la semblanza de una adolescente, de clase media, que se introduce en el entorno del tráfico de drogas y la prostitución de lujo.

Por último, el Canal 4 anglosajón ha difundido una intensa campaña publicitaria de su actual 'reality-show', 'Dumped', en el que once mortales subsisten durante tres semanas en un gigantesco basurero. El portavoz del programa afirmó que "pretendemos demostrar que es perfectamente posible sobrevivir con lo que nuestra sociedad desecha diariamente". Es urgente que los anunciantes no favorezcan con sus campañas publicitarias los 'reality-show' para evitar la epidemia de vulgaridad y erotismo que nos inunda.

CLEMENTE FERRER ROSELLÓ (MADRID)