

LIBROS

Tomás Pedroso Herrera ▼

Este libro está basado en una tesis doctoral defendida en la Universidad de Valencia en 2001 y, debido a eso, presenta dos partes claramente diferenciadas: de un lado el lector puede encontrar que los cuatro capítulos iniciales exponen un complejo corpus teórico que se centra en el desarrollo de algunos conceptos clave la Teoría de la Comunicación; por otro lado, el resto del libro está conformado por una segunda parte en el que se aplican los contenidos teóricos anteriores y se analiza de manera muy pormenorizada todas las características del programa «Quién sabe dónde», modelo para el autor de un tipo de televisión que se desarrolló en un momento muy concreto de nuestra historia reciente. Basándose en la conocida como teoría del encuadre (framing), el autor reflexiona sobre este programa que marcó un hito por las técnicas televisivas empleadas y por las cifras de audiencia alcanzadas. «Quién sabe dónde» fue un programa que, a medio camino entre el discurso informativo ortodoxo y el reality show «de pleno derecho» se convirtió en el mejor ejemplo del «modelo de difusión» de la Televisión Española. Este programa nació en 1992 en un momento en el que la opinión pública española se hallaba muy sensible ante la desaparición de adolescentes, tras el desgraciado caso de las «niñas de Alcàsser». Por eso la definición que TVE hacía del propio programa era en esencia que los esfuerzos del equipo televisivo se centrarían en la «la búsqueda de desaparecidos tanto en España como fuera de sus fronteras». El éxito fue inmediato y las audiencias así lo confirmaron durante mucho tiempo. Según el autor de este libro, la novedad de «Quién sabe dónde» consistió principalmente en que la audiencia era, al mismo tiempo, la productora y la consumidora del producto. Es decir, los espectadores llamaban al programa para que éste buscara a familiares o conocidos desaparecidos, al tiempo que sustentaba la búsqueda con una audiencia fiel que se repetía semana tras semana. Para evitar posibles conflictos, el programa contaba con la denominada «lista R» en la que podían ser incluidas aquellas personas que no desearan ser buscadas. El libro reseñado analiza la historia de la emisión del programa y la divide en cuatro etapas que abarcan desde el esplendor de las primeras temporadas a la decadencia que se produce tras el agotamiento del modelo. Para el autor, cada una de las etapas se condensa en cada una de las cabeceras con las que se abrió el programa durante sus años de emisión. Una causa esencial para comprender el éxito arrollador del programa fue la elección de presentador: Paco Lobatón se convirtió en el agente catalizador de todo el proceso televisivo. Su papel es prolijamente analizado en el libro, así como los cambios que se producen en la escenografía de las cuatro épocas: del optimismo de los colores claros del inicio a la barroquización progresiva de etapas posteriores. Bajo el epígrafe de la «Dispositivo», se analiza la estructura de cada una de las entregas: en primer lugar se le presentaban al espectador los «llamamientos», que eran los vídeos en los que alguien solicitaba la búsqueda de un desaparecido; más tarde se incluía un reportaje que indagaba en las posibles causas personales, familiares o sociales que podían haber justificado la desaparición y, por último, se añadía una entrevista en el plató a la que asistían los demandantes de la búsqueda y expertos (psicólogos, sociólogos, abogados...), que opinaban sobre el caso. El libro se completa con un apartado titulado «Los casos», donde se incluye el tratamiento comunicativo e informativo de algunos de los desaparecidos más famosos del momento. En definitiva, «Quién sabe dónde» fue un programa estrella de un tipo de televisión que hoy ya no se realiza. Actualmente la televisión sigue siendo el centro de nuestro modelo de información y entretenimiento, pero ya no es el núcleo, porque debe competir con otros avances tecnológicos. Sin embargo, el programa analizado abrió caminos que son explotados intensamente hoy día, caminos como el convertir en espectáculo la realidad o como controlar todas las consecuencias que se derivan de su éxito.



Quando la televisión lo podía todo; José Antonio Palao; Madrid, Biblioteca Nueva, 2009; 392 páginas