

MEDIOS

CRÍTICA DE TV



Sergi Pàmies

La lección de Steven Johnson

La editorial La Campana acaba de publicar un libro imprescindible para los que gustan de despotricar contra la televisión. Su autor es Steven Johnson, se titula *Si és dolent t'ho recomano* y afirma que la cultura de masas (cine, videojuegos, internet, televisión), lejos de convertir a los niños en estúpidos, agudiza su ingenio y desarrolla formas de inteligencia que, hace veinte años, resultaban impensables.

Según Johnson, nos cuesta revisar programas y series de hace dos décadas porque nuestra capacidad de análisis ha progresado y hoy necesitamos planteamientos más complejos. Por ejemplo: *El topo*, estrenado en Tele 5 el jueves y presentado por Daniel Diu-menjó y Emilio Pineda, incluye una trama subterránea y conspirativa (un infiltrado saboteador) que hay que su-

mar a las aventuras a lo *Pekín Express* y la adrenalina competitiva de un grupo de jóvenes trasladados, con ambición visual y medios (el esfuerzo de producción es impresionante), hasta Australia. La suma de elementos en un solo programa era inimaginable hace años.

A través de afirmaciones tan documentadas como polémicas, Johnson consigue que incluso los criminalizados realities nos parezcan artefactos propicios para fomentar algo más que mal rollo y discusiones vocingleras. Luego, cuando uno se enfrenta a cualquier programa intentando aplicar las teorías sugeridas por Johnson, se hace difícil, en según qué casos, mantener el optimismo. Pero, por lo menos, Johnson se sale del catastrofismo convencional y su lectura provoca en el televidente desconfiado una sensación curiosa.

Como cuesta reconocer atisbos de vida inteligente en según qué formatos, al querer darle la razón te pasas el programa intentando identificar estímulos que quizá no existan, ocupado en detectar verdades que no siempre se confirman. A veces, por suerte, los encuentras sin dificultad y te ries con ganas, como con la enésima y delirante parodia de *L'hora del lector* en Polònia (TV3), un ejemplo de cómo la exigencia en la imitación no está reñida con la capacidad de inventar, a partir de modelos reales, personajes extraordinariamente televisivos (Pere Gimferrer haciendo el truco del microondas, Màrius Serra sometiéndolo cada expresión y cada palabra a una autopsia constante -una fiebre que ha sido contagiada a la campaña de Hipercor- y Empar Moliner practicando la gimnasia coctelera con imposibles posturas).