

MISTERIOS

Programas de misterios



Ricardo CAMPO

El género comercial del misterio y los enigmas pasados de vuelta (apariciones, poderes psíquicos, casas encantadas, entidades alienígenas, etcétera) necesita un disfraz para presentarse en público. El periodista o aficionado que tomó la decisión de vender estas motos entre sus feligreses usa una familia de lugares comunes para hacerse pasar por alguien a medio camino entre un Ramón y Cajal,

un *Indiana Jones* y los veinticinco premios Pulitzer que me merezco por convertir invenciones en presuntos enigmas científicos. Para ello usa medios tales como presumir de chaleco de explorador en la instantánea en la que aparecen, mostrar una cámara de fotos y un cuaderno cuadriculado de anillas en el que anotan las increíbles peripecias que les ocurren y pasar por un Carl Sagan cuando en realidad presentas un teatro de supersticiones adobadas con entrevistas a científicos que parecen creer que contribuyen a la comprensión social de la ciencia.

De entrada hay que mostrarse como si tu labor tuviera realmente que ver con “una parcela de la rea-

lidad inconfesable y bastarda que incomoda a los necios y asusta a los pacatos” (sic). Los necios y los pacatos, son, claro, los críticos y los escépticos, que, según los caballeros andantes del más allá, son como viejecitas medrosas. Sólo alguien sagaz –el periodista del ramo en cuestión– puede acercarse al misterio y llevarlo a una editorial, que hasta pagará por ello.

Se trata de figurar y de crear movimiento publicitario: de la misma forma que algunas cadenas de televisión local explotan la caridad de la gente para publicitarse, hay periodistas que llevan décadas contando paridas como si de su patrañesco proceder dependiese el conocimiento

del destino final del universo, enigma entre los enigmas. *Cuarto milenio* es el máximo ejemplo actual de todo ello, revuelto de conspiracionistas, cazadores de fantasmas, gente que confunde la ciencia de la astrobiología con echarse al monte a entrevistar a gente que vio un platillo volante hace treinta años y un continuo acariciar interesadamente las creencias y las sospechas de la audiencia que desea pensar con el estómago, porque el cerebro es un órgano muy frío, cercano a los malvados críticos, encubridores y aguafiestas.

El público interesado en estas materias no anda escaso de curiosidad, pero sí de criterio. Pare-

ce imposible que haya personas que sospechen –y que crean firmemente–, por ejemplo, que las estelas que dejan los aviones a gran altura están compuestas por productos contaminantes para controlar mentalmente a la población o para alterar el clima, como arma de guerra. ¿En qué medida un buen producto televisivo –sin más– como fue *Expediente X* contribuyó a diseminar una visión de la ciencia más propia de los absurdos guiones de Hollywood que de una labor que es fuente de conocimiento? Más bien parece que el propio éxito de tales series, programas y productos editoriales funcionan, no como motores de rebelión y disenso frente a imaginados poderes ocultos, sino como aletargamiento de todo ello al ofrecer y vender con éxito un género que no pasa de ser un hipnótico con película exterior movimiento alternativo.