

Informe sobre *Perdidos en la tribu*

1.- ¿Qué es el programa?

Tres familias, tres tribus primitivas y tres destinos desconocidos. Este es el punto de partida de *Perdidos en la tribu*, el nuevo docu-reality de Cuatro de la mano de la presentadora Nuria Roca.

El programa promueve que las familias españolas abandonen su "civilizada" vida occidental para, sin saberlo, vivir en algunas de las tribus más antiguas del mundo. Allí deberán **adaptarse** a las primitivas formas de vida de sus anfitriones, desenvolverse en un entorno salvaje y **convivir durante tres semanas**. Las tres familias, que proceden de **Badalona, Toledo y Tenerife**, iniciaron su viaje sin saber en qué consistía el programa ni cuál sería su destino, pero ya están grabados todos los capítulos. Ahora mismo la emisión está en el ecuador. Tras 5 emisiones, el *docu-reality* se ha convertido en un éxito de audiencia para la cadena, muy por encima de la media.

Está producido por **Eyeworks Cuatro Cabezas**, y es la adaptación del formato *Ticket to the tribes*, que se ha emitido con éxito en Bélgica, Alemania, Holanda, Noruega, Nueva Zelanda y Australia.

2.- El objetivo

Conseguir ser aceptados por cada una de las tribus y honrar así a los suyos. Sin excepciones. Todos han de recibir la **aprobación final del jefe de cada tribu**. En caso contrario no podrán optar al premio que cada una de las familias puede llevarse de regreso a casa: **150.000 euros**.

Para conseguir el dinero renuncian a comodidades: apenas tendrán agua, no habrá electricidad, dormirán en el suelo... **Sin intérprete ni ayuda externa alguna** han de adaptarse a su nueva vida en las mismas condiciones que sus anfitriones. Tendrán que vestir sus ropas, adoptar sus costumbres... las familias tendrán ante sí una nueva civilización en la que deberán dejar a un lado sus prejuicios y enfrentarse, con entereza, a los peligros y desafíos de la naturaleza en su estado más puro.

3.- ¿Qué tribus son las anfitrionas?

Los Carrión-Roldán viven y desarrollan las costumbres de la tribu Himba, en **Namibia**. La familia Recuero-Oliva está en **Indonesia**, concretamente en la selva en la que habita la tribu Mentawai. Y los Molina-Herrera han sido trasladados a pleno **desierto del Kalahari**, con los Bushman.

4.- Declaraciones de la Fundación CEAR

La ONG cree que se ha hecho un "espectáculo" de sus vidas. Según la responsable de sensibilización de la Fundación CEAR, Arancha Freire, se trasladó a 12 familias a 700 kilómetros de sus casas para la serie, en la que aparecen con ropa que no es la habitual, "abandonando sus cultivos en la época más importante del año y sacando a los niños del colegio". "Han estado un mes y han vuelto, pero el proyecto se ha tenido que paralizar porque las consecuencias después del programa han sido que el alcohol ha entrado en la comunidad, donde no existía y estaba prohibido, y su consumo ha generado problemas sociales de conflicto y violencia de género", afirma Freire.

La ONG lamenta que el resultado de la serie haya sido "un espectáculo irreal, ya que desgraciadamente la vida de estos pueblos no es tan bonita, ni tan idílica, porque son uno de los pueblos más pobres de la Tierra, que tienen problemas de hambre, de acceso a la educación y que han sufrido explotación durante muchos años por parte del resto de los habitantes de Namibia", dijo Freire.

En Cuatro no tienen constancia de ninguna denuncia, ni de las informaciones de la ONG, y aunque respetan las opiniones sobre sus programas, no la comparten. La cadena recuerda que para la realización del programa cuenta con los debidos permisos de los gobiernos y autoridades locales y que, "obviamente, los pueblos de acogida de las familias han sido compensados".

5. Análisis según los principios del Código

Perdidos en la tribu es un producto televisual que apuesta por la carga emocional de la imagen para atraer la atención de la audiencia, con la excusa del "choque cultural". Este tipo de comunicación corre el riesgo de descuidar lo fundamental, ocultando la cara positiva de las cosas, en aras de lo más espectacular.

Según nuestro propio Código de Conducta, tenemos el desafío de incitar a un examen de la producción a diferentes actores, suprimiendo las imágenes reductoras que representan parcialmente la realidad a través de la presentación de situaciones de miseria o idílicas.

Recomendaciones

Las ONG de Desarrollo, ya desde la suscripción del Código de Imágenes a propósito del Tercer Mundo, nos comprometemos a velar por que los mensajes difundidos en medios de comunicación hagan comprender mejor:

- Las **realidades y complejidades** de los países del Sur en su contexto histórico.
- Los **obstáculos** particulares con los cuales choca el desarrollo.
- La **diversidad** de las situaciones que caracteriza a estos países.
- Los **esfuerzos** propios desplegados.
- Y los **progresos** realizados.

Reglas prácticas del propio Código de imágenes y mensajes que no están siendo respetadas.

1. Evitar las imágenes catastróficas o idílicas que incitan más a la caridad limitada a la buena conciencia que a la reflexión.
2. Toda persona debe ser presentada como un **ser humano** y las informaciones sobre su medio ambiente social, cultural y económico deben ser mostradas a fin de preservar su **identidad cultural y su dignidad**.
3. La cultura debe ser presentada como una palanca al desarrollo de los pueblos del Sur.
4. Debe ponerse de relieve la capacidad de las personas para **hacerse cargo de sí mismas**.
5. El mensaje debe ser concebido de manera que **evita** en la mente del público **toda globalización** y generalización.
6. Los **obstáculos** internos y externos al desarrollo deben aparecer claramente.
7. Deben subrayarse la **dimensión de la interdependencia** y la **noción de corresponsabilidad en el mal-desarrollo**.
8. Las **causas de la miseria** (políticas, estructurales, naturales) deben ser expuestas en el mensaje que debe llevar al público a descubrir la historia y la situación real, así como las realidades profundas de las estructuras de estos países antes de la colonización. Conscientes del pasado, hay que partir de la realidad de hoy y ver lo que puede hacerse para suprimir las condiciones de extrema pobreza y opresión. Hay que subrayar los problemas de poder y de interés y denunciar los medios de opresión así como las injusticias.
9. El mensaje debe velar por evitar toda clase de **discriminación** (racial, sexual, cultural, religiosa, socioeconómica...).
10. La descripción de nuestros socios como dependientes, pobres, sin poder, se aplica tanto más a las **mujeres**, que son presentadas con más frecuencia como víctimas dependientes o, peor aún, son completamente ignoradas. La mejora sustancial de la parte visual del material de Educación para el Desarrollo, pasa también por el cambio en la presentación de la imagen de las mujeres del Sur.
11. Conviene dejar atrás este fatalismo y aportar una **información más próxima a la realidad y más completa**, que permita **una toma de conciencia** del valor intrínseco de todas las civilizaciones, de los límites de nuestro propio sistema y de la necesidad de un desarrollo más **universal**, respetuoso con la justicia, la paz y el medio ambiente. Esto determina la tarea de las ONG, que deben ofrecer una información verídica, objetiva, que respeta no sólo el valor humano de las personas representadas, sino también la propia inteligencia del público al que se dirige.