



VALENTÍN

Visto y Oído

**ANTONIO
SEMPERE**



QUISIERA que hubiesen escuchado al director de los servicios informativos de Mediaset defendiendo lo indefendible en las aulas de los Cursos de Verano de la Complutense en El Escorial. Sucedió cuando una alumna calificó de tomadura de pelo que en la información meteorológica el hombre del tiempo se ponga a vender una crema suavizante de piel, o que los informativos se retrasen, cuando no se supriman directamente si hay carreras.

Lejos de decir "sí señora, tiene usted más razón que una santa. A mí todo esto me parece horrible. Pero yo no puedo hacer nada. Obliga el empresario, obliga la cuenta de resultados. Obligan las circunstancias". En lugar de todo eso, excusas que sí llegó a pronunciar con la boca pequeña, el bueno de Valentín enseguida dio rienda suelta para que el subconsciente justificase todos y cada

"Para Valentín, la gente ya no tiene en la cabeza los horarios de los informativos"

uno de esos actos. Recalcó que el espacio de El tiempo no es información. Que es otra cosa, y que como tal, puede servir como contenedor publicitario. Señaló que el espectador distingue cuándo le están informando sobre borrascas y cuándo le están vendiendo la crema.

En cuanto a la supresión de informativos por las motos, argumentó que a estas alturas la gente ya no tiene en la cabeza los horarios de los informativos, que el espectador no está pendiente de si son las 3 para ver las noticias. Que los grupos mediáticos son tan grandes que si un informativo se suprime no pasa nada porque se puede acudir a otro. O mirar en Internet. Menos mal que reconoció cómo la sustitución de la señal de CNN+ por *Gran Hermano* 24 Horas fue la escenificación de que Mediaset arrasaba el imperio Prisa para que a nadie le quedasen dudas del fin de etapa. Menos mal.