EL "ESPECTÁCULO DECISIVO": EL NEGOCIO DE LA TELEPOLÍTICA

JOSEP-VICENT GAVALDÀ
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Pregunta: «¿Hubo información o espectáculo?». Respuesta: «Se le dio tanta trascendencia que al final se convirtió en un espectáculo y se perdió la información». Quien esto decía no era un apocalíptico irreductible, ni siquiera un telescéptico. Nada de eso. Era un señor que instantes antes había hecho un pronóstico tan categórico como el siguiente: «El debate de Antena 3 estaba bien hecho y bien moderado, pero fue una semifinal; la final se va a jugar aquí el 31». Sí, era L. Mariñas. Tras el debate regentado por su empresa se mostraba así de concluyente: «Hubo por fin auténtico debate». Por fin, pues, la anunciada «final», «el debate decisivo»; por fin un debate «auténtico». ¿Por qué? L. Mariñas sintetizaba muy bien las razones que llevaron a PSOE y PP a elegir a Tele 5 como sede para la celebración de una «final» que resultó tan *auténtica* como esa «semifinal» de Antena 3 por él menospreciada: «fui como el árbitro de un partido de fútbol cuyas reglas habían marcado los propios equipos». Acabáramos. Claro que la franqueza de L. Mariñas no debe subestimarse. Después de todo resulta harto más digestiva que esa vieja cancioncilla que entonaba, una vez más, M. Campo tras el debate administrado por su empresa: «por encima de todo salió reforzado el papel del periodista como actor imparcial, pero activo e imprescindible en la confrontación política». «Ordenar es ante todo hablar a los ojos», sentenció Napoleón Bonaparte, recordado ahora por P. Virilio en un texto donde concluía: «si exigir el cumplimiento de una orden supone, por tanto, intimidar la mirada, el desarrollo de los futuros medios de comunicación de masas (audiovisuales e informáticos) pronto contribuirá a fomentar, con el arte del mando a distancia, el de una especie de cibernética sociopolítica contra la que no podrá organizarse de manera coherente resistencia alguna, puesto que la propia naturaleza de las teletecnologías de la pantalla se opone al almacenamiento de datos y, por consiguiente, a la posibilidad de compartir la reflexión; el arte del mando a distancia pertenece al orden del reflejo condicionado, pero nunca al de ninguna sabiduría democrática compartida».

«¿Qué significado tiene este debate para la historia de la televisión española? ¿Cree que se puede hablar de una jornada histórica?», le preguntaba M. Rey a su jefe cuando faltaban pocos

minutos para el inicio del debate administrado por su cadena. «Sin duda. [...] En toda la historia democrática del país no ha habido un hito como éste», apuntilló A. Asensio, que encadenó la hipérbole con una aseveración que en su inoportunidad, por aquello de las formas, hay que agradecerle: «y desde luego esto es un éxito de Antena 3». Por supuesto. Los anuncios, los informativos, los talk-shows, los programas de entrevistas: todas las estrellas y directivos de la cadena corearon a su patrón con entusiasmo, haciendo gala de un registro hiperbólico y amnésico, sólo comparable al del coro de Tele 5, que nos ilustra, sobre todo, de sus urgencias gremiales. Se pretendia vender un invento acabado de estrenar, cuando los políticos llevaban ya unos cuantos años haciendo uso de la televisión: la única novedad estribaba en que el negocio televisivo comenzaba a hacer uso de los partidos políticos.

Si Antena 3 puso especial empeño en subrayar el carácter «decisivo» de su «Directo Elecciones», Tele 5 fue derecho al grano, titulando el suyo «El debate decisivo». A tono con su discurso habitual, lo que en Antena 3 había resultado un triunfalismo de nuevo rico adquirió aquí un relieve bufo: «la gran batalla final de estas elecciones, la confrontación definitiva que determinará el resultado de las urnas se va a librar el próximo lunes en Tele 5»; «esta noche en tu pantalla amiga, la primera cadena de las privadas, se decide el futuro poltico de España».

Como Tele 5, ni entonces ni ahora, contaba en su programación habitual con espacios de entrevistas, ni siquiera con *talk-shows*, sus «analistas», en sus informativos y a lo largo de «El debate decisivo», hubieron de batirse el cobre y a fe que cumplieron con creces. Citaba al principio unas palabras de L. Mariñas donde éste descalificaba el debate de Antena 3, el «espectáculo». Tele 5 se mostró, su reputación la avalaba, muy obsesionada por la cuestión. Tanto que L. Mariñas en su presentación de «El debate decisivo», tras los inevitables «histórico», «trascendental», «último», «decisivo», puntualizaba: «También quisiéramos todos los que aquí trabajamos rebajar en lo posible el tono espectacular que inevitablemente se produce ahora mismo en torno a un acontecimiento de esta magnitud para centrarnos en algo que pertenece natural y serenamente a la democracia misma sin añadidos deslumbrantes o dramáticos».

El día después, la noticia, la primera noticia, de los informativos de la "pantalla amiga" era la victoria: su victoria sobre la televisión pública y, especialmente, sobre la pantalla enemiga: «Cuarenta minutos más de candidatos en pantalla y casi 1.000.000 de espectadores más. [...] Ahora los españoles el seis de junio tenéis la palabra aunque para nosotros vuestra elección es Tele 5». Nada de sutilezas, ni de juegos entre adjetivo y sustantivo, como aquel «tu decisión es privada» de Antena 3. Nada de eso, victoria sin paliativos y bendecida por los sondeos: «Respecto a la distribución por sexos Tele 5 consiguió un perfecto equilibrio entre hombres y mujeres. [...] Se advierte una mayor estabilidad en la audiencia de Tele 5 que en la de Antena 3, donde se produce un sesgo hacia el sexo masculino. El reparto de la audiencia por edad registra un comportamiento equilibrado. [...] No se detectan importantes variaciones en el debate decisivo, a diferencia del de Antena 3, donde se observa un fuerte peso de la audiencia de edades adultas, de 35 a 64, y una clara caída del segmento de 15 a 18. Tele 5 sin embargo consigue absorber de forma equilibrada a todas las franjas de edad, entre 10 y 64 años. Según el criterio de clase social el debate decisivo tiene una aportación igualada con una leve desviación hacia los *status* medios. En el caso del debate de Antena 3 las diferencias entre los diferentes *status* es tangible, inclinando el peso de su audiencia hacia clases medias-altas y alta. Tele 5 no sólo no ha perdido audiencia en las clases medias, altas y alta, sino que la mantiene y recoge la de los *status* bajos que Antena 3 no alcanzó durante su debate». ¿Quién da más? No, no se trataba de un anuncio *amigo*; era una noticia de un informativo.

En uno de los tantos espacios que, a propósito de las elecciones, Antena 3 se dedicó, mayor-

mente, a sí misma, un «Queremos saber» en el que, de paso, M. Milá aprovechó la ocasión para aludir malévolamente a los muchísimos errores de sincronización de las treinta y seis cámaras de Tele 5, M. Torres se salió por la tangente. M. Milá pidió a sus invitados más bendiciones para el «cuerpo a cuerpo» administrado por su cadena y M. Torres se descolgó con una enmienda: «el primero es muy válido, el segundo no es válido porque siguen los dos mismos, el segundo ya tendría que ser con tres o con cuatro, el tercero con cinco o con seis y así se debate una situación, no se debate el debate, porque lo que hemos llegado a debatir ha sido el debate en sí». Efectivamente, ese era el negocio; en él pusieron todo su empeño las cadenas implicadas y otros planetas de los así llamados negocios mutimedia. Ya es bien sabido, por lo demás, que los medios de comunicación son antes que instituciones para la legitimación de terceros instituciones que trabajan para su autolegitimación, para la legitimación de su *rol*: «Este domingo tu eliges. La gran decisión. A partir de las ocho menos veinte de la tarde en Antena 3TV. Tu decisión es privada». De ahí que esas elecciones generales tuvieran un valor estratégico, efectivamente, para el negocio televisivo, para los dos cadenas privadas generalistas. Los dos «cuerpo a cuerpo» fueron un regalo impagable: para Antena 3, que a pesar de haberse lanzado a una multimillonaria política de fichajes, no lograba ni siquiera alcanzar a Tele 5, no lograba, especialmente, afianzar sus informativos; para Tele 5, la «telechicho», que, a pesar de sus informativos con «analistas», no había ido mucho más allá del «populismo telecinquero».

Y de repente, las dos cadenas se convirtieron en una suerte de CNN doméstica, consiguieron convertirse en la referencia, en ese centro alrededor del cual se iba tejiendo una tupida red intertextual: dieron la señal para la emisión en directo de su debate a cadenas de televisión y de radio; concentraron en su sede a los profesionales de la prensa, de la radio y la televisión que tenían que dar noticia de la noticia. Y de repente, los patrones se fotografiaron con los seguros vencedores y Antena 3 y Tele 5 no sólo nos mostraron las jirafas y las cámaras, como aquella «neotelevisión» de la que hablara U. Eco, sino que multiplicaron hasta la saciedad la autorreferencia.

El griterío triunfalista de las estrellas, los sones de *play-off*, la imagen congelada de la sede coronada por el anagrama clausurando el discurso: una puesta en escena de lujo para la promoción de la marca. Para decirlo con J. Maqua: «No han sido ellos los que han llegado a un acuerdo para poner la televisión a su servicio, sino la televisión quien ha utilizado a las principales vedettes de la política en su propio beneficio para fabricar los dos programas de mayor audiencia de la historia televisual española. [...] Tres rasgos típicos de la televisión se impusieron: el autobombo, la vedettización del espectáculo y la fragmentación del debate». Objetividad, imparcialidad, veracidad, los viejos rituales; más la profesionalidad, por supuesto, ungüento milagroso, máxime en un panorama periodístico en el que todos, absolutamente todos, se declaran independientes.

En las postrimerías del debate de Antena 3 F. González se salió del guión y puso a prueba, según bautismo de M. Torres, a «Mr. Debate». F. González sacó a relucir alguno de los trapitos de las negociaciones que condujeron al feliz evento, en concreto, la exigencia de debatir sentados. M. Campo escurrió el bulto y tuvo una notoria ocurrencia: a la vista del filón que se había presentado sugirió un «debate sobre el debate», un debate entre los negociadores del cara a cara. Fue una verdadera lástima. Porque aparte de tener que soportar de nuevo la incontinencia de los anfitriones, a buen seguro habríamos salido ampliamente instruidos en muy diversas cuestiones. Cuestiones relativas a la naturaleza de la televisión, aunque quizá el gabinete de telegenia del PP no habría sido tan franco como su líder, quien le confesó a J. Quintero, apelando a los especialistas, que la televisión es «un instrumento peligrosísimo, un medio que abrasa y abrasa sobre todo al que se equivoca». O cuestiones relativas a la planificación, como el acuerdo en la supresión de

los primerísimos planos y de los planos de perfil, por no hablar de la embarullada réplica que haría con posterioridad J. Arenas a cuenta de los centímetros que le faltaban a J. M. Aznar: «la mayor o menor estatura en televisión depende más de los planos de las cámaras que de la altura del candidato». O cuestiones relativas al control de la realización, ese control, como diría O. Viza, «donde se garantizaba la neutralidad». O cuestiones relativas al decorado, como la tortuosa elección de la mesa: «hemos llegado a proponer hasta seis modelos de mesas diferentes [...] y, al final, una de alquiler; una fue rechazada porque consideraron que estaban demasiado juntos y esto daba sensación de pacto», contaba M. Perarnau. O cuestiones relativas al papel del moderador.

J. M. Carrascal, que tan a menudo nos castiga con los relumbrantes ejemplos estadounidenses, tuvo en esta ocasión un olvido notable, quizá obligado. Porque, a la hora de definir el papel de los moderadores, recurrió a los árbitros de fútbol: a diferencia de éstos, aquéllos «se mantienen al margen del resultado». Otro miembro de ese club que forman los presentadores de informativos para insomnes, P. Altares, anduvo más atinado, también menos olvidadizo: «En América es el moderador, o sea, el periodista, quien marca las reglas del juego, impone y saca temas, corta por lo sano y decide sobre lo que interesa o no a la opinión pública. Aquí, no. Aquí a L. Mariñas, como el lunes anterior a Campo Vidal, dos profesionales como la copa de un pino, se les contrata como semáforos, sin capacidad de maniobra y cronómetro en ristre». Efectivamente. Y eso fue así porque cada uno fue a lo suyo: PP y PSOE a lo suyo y Antena 3 y Tele 5 a lo suyo. L. Mariñas quería ser, recordémoslo, el árbitro de un partido «cuyas reglas habían marcado los propios equipos» y M. Campo dijo bien alto en la presentación de su cara a cara que «el debate discurrirá por donde los candidatos quieran»: «el debate está en sus manos; yo me voy a limitar a arbitrar los tiempos». Claro. Expertos en comunicación audiovisual valoraron como un triunfo del PP el haber conseguido que se fajaran sentados, «sentaditos», como diría F. Umbral. Visto lo visto, la mejor propuesta, sin duda, la de J. Marsé: «El próximo debate no deben hacerlo ni sentados ni de pie. Que lo hagan acostados».

En una campaña electoral en la que, por decirlo a lo hiperbólico, como hacía *El Siglo*, «los periodistas cogieron el fusil», en la que la prensa, y también la radio, libraron «la batalla más encarnizada», nos encontramos con unas «privadas equilibradas»: «nuestra línea es de una equidistancia absoluta; sabemos que estamos ante una audiencia amplia, mucho mayor que la de cualquier periódico y somos muy respetuosos con cualquiera de las opciones políticas en liza», precisaba L. Mariñas; «equilibrio y respeto a todos; la televisión acostumbra a ser un medio con poca opinión en su ámbito, y lo que se llama manipulación viene referido a tiempos, es decir, sería esencialmente un problema de cantidad», precisaba M. Perarnau. Acabado el debate, unos y otros se apresurarían a comunicar su éxito: «existen cómputos de tiempo y hay un decalage de solo un minuto a favor de J. M. Aznar», anunció O. Viza; «tenemos el estadillo de tiempos que ha empleado cada uno en cada uno de los temas: economía, treinta y siete minutos, bienestar social, diecisiete minutos, estado e instituciones, diez minutos, política exterior, seis minutos [...] reparto por tanto absolutamente equitativo», anunció Tele 5. De manera que la gran aportación de la televisión «libre», según la llaman los *desreguladores* militantes, es el buen uso del cronómetro: liberada del espinoso asunto de la «opinión», la televisión generalista puede entregarse sin mayores inconvenientes a convertir todo el orbe en audiencia. La inmensa mayoría de los periodistas, o, si se quiere, todos los periodistas que se asomaron a la televisión, en informativos, *talk-shows*, entrevistas, confesaron su extrañeza por la ausencia en los debates de un capítulo decisivo, el de la corrupción: todos culparon por ello a los dos políticos, ninguno cuestionó la actuación de su gremio.

Todo, pues, equilibrado: «¿quién mareó más?», se preguntaba M. Campo, para responderse

«hasta las presiones fueron equilibradas». La noche electoral M. Campo entrevistó en directo a J. Sabina, destacando el relevante papel que éste había tenido en la campaña electoral de IU. Sabina confesó que las defenestraciones con que se saldó la elaboración de las listas electorales de IU le habían más bien «desinflado»; pero, apuntilló, con humor y picardía, «volví a inflarme y a ofrecerme sin condiciones» tras la contemplación de ese debate «en el que tú tuviste tanto que ver». Antena 3 y Tele 5 repitieron hasta la saciedad que PSOE y PP no eran las únicas dos opciones. Recordaron, en todo momento, los diferentes espacios electorales albergados en sus cadenas. La plana mayor de los informativos de Tele 5 realizó entrevistas con todas las formaciones con representación parlamentaria: sí, pero en horario de insomnes, como lo demostró el *ranking* de audiencia, donde sólo figuraba su cara a cara, y, a pesar de lo aseverado por L. Mariñas, con unas diferencias de trato escandalosas, y si no que se lo pregunten a R. Calvo Ortega. M. Campo cronometró varios debates, sí, pero con PSOE y PP, y J. Hermida, que utilizó su programa mayormente como autobombo, utilizó formatos en su diversidad más que sintomáticos: mientras el PP comparecía en un cinco contra cinco, cinco periodistas y cinco dirigentes del PP, J.M. Aznar a la cabeza, M. Roca y J. Anguita se las veían en un uno contra ocho el primero y en un uno contra doce el segundo. Las diferencias de trato de esta cadena para con los dos grandes serían capítulo aparte. Valga como botón de muestra «La boca del lobo»: J. Quintero hizo sentar a J. M. Aznar en su despacho de *serie B*, con la planificación e iluminación de rigor, pero F. González hizó sentar a J. Quintero en su mesa, en su despacho, donde no cabían, claro está, ni encuadres exóticos, ni planos de detalle atrevidos, ni penumbras impropias. En el «comentario» con que nos obsequió inmediatamente después de la celebración de su debate, J. M. Carrascal fue, una vez más, muy franco: «Ustedes los han visto esta noche, los han oído, los han tenido en el salón de su casa. Ahora sólo les queda decidir cuál de ellos les ha convencido más. E incluso, si ninguno de los dos les ha convencido, hay otras opciones». Incluso.

Sabina estuvo certero con «Mr. Debate»: efectivamente, hubo dos campañas electorales, en el centro y en los márgenes. En el primer mundo ha experimentado un notable desarrollo en los últimos años ese discurso político que le asigna a la televisión unas funciones muy precisas en el juego político, sobre todo dos: la de sustituir los aparatos de los partidos en el contacto con los electores, multiplicando el protagonismo de los líderes, de los telelíderes, y la de acotar un centro político, el centro y los márgenes. En este punto confluyen los intereses del bipartidismo, del aludido centrismo, y los intereses del negocio televisivo; en ese punto toma cuerpo esa democracia catódica a la que se refiere P. Virilio: de los sondeos electorales a los índices de audiencia y de los índices de audiencia a los sondeos electorales.

Y, mientras tanto, 1.500 trabajadores de TVE manifestaban su indignación «por aparecer ante la opinión pública como irresponsables, inútiles o manipuladores»; se reclamaba, sin fortuna, la presencia de los primeros espadas, no por separado, sino juntos, en la televisión pública, petición a la que se sumó la Plataforma para la defensa de la Radiotelevisión pública. A lo largo de la campaña, los informativos de la primera fueron mayoritariamente criticados en la prensa y en la radio: un torpe sectarismo que hasta motivó la intervención de la Junta Electoral Central, a propósito de los famosos en campaña más o menos encubierta, y que fue objeto de chufla, sobre todo, a cuenta de su actitud ante los «cuerpo a cuerpo» gestionados por la competencia; un torpe sectarismo que tuvo como colofón el mismísimo cierre de la campaña electoral, donde las palabras de Felipe acabaron superponiéndose, gracias a un fundido encadenado, con, una vez más, las glorias del 92. Los anuncios que hizo TVE de sus espacios electorales utilizaban para su banda imagen material conocido, situándose, por lo demás, en la línea de las cadenas privadas: exhibición de estrellas y tecnología. Su registro fue igual de hiperbólico.

La televisión pública también había albergado debates, debates más interesantes que esos dos que acabaron eclipsando el resto de la campaña, más interesantes y más plurales, sí, pero faltaba el morbo del «cuerpo a cuerpo»: la propia TVE, acabado el ciclo electoral, en el *Informe Semanal* a él dedicado utilizó sólo fugazmente imágenes de sus debates a cuatro mientras las imágenes de los «cuerpo a cuerpo» se erigían en núcleos vertebradores del relato. Allí pudo escucharse lo siguiente: «La televisión ha sido el medio de comunicación más eficaz en estas elecciones. Los debates han sustituido a los carteles y a la propaganda impresa. Aznar se negó a participar en los debates programados por TVE y se citó con el presidente del gobierno en las cadenas privadas». Para absolver a F. González *Informe Semanal* le hace una concesión desorbitada al PP: ¿o es que era éste quien ponía las citas? En las postrimerías del debate de Tele 5 se suscitó esta cuestión. Allí F. Gonzalez encadenó pregunta y respuesta: «¿Sabe usted porque no hay debates en TVE? Porque usted lo ha vetado. [...] Podría haber habido tres, pero lo ha vetado». Pero entonces, ¿por qué el PSOE no se negó a aceptar semejante veto?, ¿o es que las reglas las marcó el PP? La Junta Electoral Central, que desestimó los recursos de los partidos que se batían en los márgenes a propósito de su ausencia en las televisiones privadas, no hubiera podido admitir en la televisión pública un festival bipartidista como el auspiciado por aquéllas. Al PP sólo le interesaba medirse con el PSOE; al PSOE no le interesaba medirse con nadie más que con el PP: el PP utilizaba su veto como muestra de repulsa al sectarismo de la televisión pública, el PSOE castigaba a la televisión pública para no tener que debatir en más frentes.

El año terminó como comenzó. La audiencia se comportó con normalidad: los cortes publicitarios de los debates fueron los segmentos que registraron la menor audiencia. Las cadenas, por su parte, no pudieron cerrar un acuerdo con las empresas de publicidad pues consideraban que todos los anuncios dedicados a sí mismas, a su programación, no podían computarse como tiempo publicitario. Los datos de octubre habían arrojado un balance nada desdeñable: fueron más de 215 horas las que se dedicaron a sí mismas, uno de cada tres minutos publicitarios. «A quien no le gusta la televisión no le gusta América», ha dejado dicho Berlusconi. Con la llegada de «la moda de los choques televisivos», de ese «nuevo hobby nacional», anunció *El Periódico*, «en muy pocas semanas nos hemos convertido en más norteamericanos que los estadounidenses».