

El debate del debate: “Salvados” y el politainment como generador de contenidos en la prensa tradicional

Virginia Martín Jiménez – Universidad de Valladolid – virgimj@hmca.uva.es

Itziar Reguero Sanz – Universidad de Valladolid – itziar.reguero@uva.es

Ana Velasco Molpeceres – Universidad de Valladolid –

anamaria.velasco.molpeceres@uva.es

Abstract:

La presente comunicación tiene por objeto de estudio el análisis de la repercusión en la prensa tradicional que tuvo el espacio “Salvados” (La Sexta) emitido el domingo 18 de octubre en el que el responsable del programa, Jordi Évole, reunió en un debate a los líderes de los dos partidos, sin representación en el Parlamento español, con más empuje de cara a las elecciones generales del próximo 20 de diciembre: Pablo Iglesias (Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos).

Dado el éxito televisivo de este espacio - todo un ejemplo del infoentretenimiento televisivo - con más de cinco millones de espectadores, nos lleva a querer estudiar qué repercusión tuvo en la prensa escrita: *El Mundo*, *El País* y *ABC*; con el fin de poder investigar de qué manera un producto televisivo como es el politainment puede llegar a superar los límites propios de su género para convertirse en un generador de contenidos en los medios más tradicionales.

Para conocer en qué medida la emisión de “Salvados” que reunió a ambos líderes marcó la agenda de la prensa escrita durante la semana posterior al programa, se profundizará previamente en el propio debate, a partir de los estilemas propios del infoentretenimiento y el análisis de contenido (ausente y presente). A partir de ese estudio se elaborará una plantilla de análisis

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

cuantitativo, principalmente, con el que se hará el estudio de los contenidos que los diarios anteriormente citados publicaron acerca del debate durante los siete días siguientes al estreno.

Keywords: Comunicación Política; Infoentretenimiento; Personalización; Salvados; Debate electoral; La Sexta; Politainment

1- Introducción

El pasado domingo 18 de octubre la cadena de televisión La Sexta emitió el que sería el primer debate de cara a las elecciones generales que tendrán lugar el 20 de diciembre del presente año 2015. El encargado de inaugurar los encuentros electorales fue el espacio *Salvados* de Jordi Évole. Albert Rivera, líder de Ciudadanos, y Pablo Iglesias de Podemos, fueron los protagonistas de un *cara a cara* que rompía los estándares habituales y ofrecía al espectador un encuentro en apariencia informal en una cafetería de un barrio de la ciudad de Barcelona.

La expectación que despertó el debate fue grande y el espacio logró el 25,2% de audiencia, es decir, más de 5 millones de espectadores¹. Dada la repercusión de esta emisión de *Salvados*, la presente comunicación busca estudiar el debate que el encuentro Iglesias-Rivera generó en la prensa escrita a través de los artículos de opinión que los principales diarios de carácter nacional publicaron con motivo de citado *cara a cara*.

Se optó por examinar los tres diarios editados en Madrid que cuentan, según la OJD, con un promedio de difusión mayor: *El País*, *El Mundo* y *ABC*². El periodo estudiado fue de siete días; es decir, desde el domingo 18 que se emitió el espacio hasta el siguiente domingo. Con el fin de llevar a cabo un análisis de contenido se diseñó una ficha que permitía el vaciado de los diarios desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo³.

¹ M García Á (2015): Jordi Évole: "Me gustaría hacer otro debate con Rajoy y su líder en la oposición, José María Aznar". *Periodista Digital*: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2015/10/29/jordi-evole-debate-iglesias-albert-rajoy-aznar-buenafuente-salvados-lasxta.shtml> [Última consulta: 20/11/2015]

² Los datos de los diarios han sido extraídos de la Oficina de Justificación de la Difusión: <http://www.introl.es/medios-controlados/> [Última consulta: 20/11/2015]

³ En la presente comunicación se recogen únicamente los resultados de tipo cualitativo.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

La muestra se seleccionó a partir de las piezas de análisis y opinión que dichos rotativos difundieron en las que se hacía referencia a los siguientes términos: *Salvados*, Jordi Évole, debate, *cara a cara*, Albert Rivera y/o Pablo Iglesias. La muestra final fue la siguiente:

- *El País*: 3 artículos
- *El Mundo*: 11 artículos
- *ABC*: 5 artículos

Como se observa en la tabla que se inserta a continuación, las 19 piezas opinativas que componen la muestra se concentraron, principalmente, en los días del 19 al 22 de octubre; siendo el martes 20 la fecha en la que se registró un mayor número de artículos de opinión relativos al debate de *Salvados*.

Tabla 1. Distribución por días de las piezas seleccionadas

FECHAS	Nº
18 de octubre	0
19 de octubre	3
20 de octubre	12
21 de octubre	2
22 de octubre	2
23 de octubre	0
24 de octubre	0

Fuente: Elaboración propia

El objetivo que persigue el presente estudio es indagar cómo un espacio de debate televisivo, a través de una emisión que representanta un ejemplo claro de politainment, es capaz de generar todo un debate paralelo en un medio tradicional como es la prensa escrita y, más concretamente, en su sección de opinión.

La hipótesis principal, ligada al citado objetivo, plantea que el infoentretenimiento político, a pesar de los estilemas que marcan su estilo (Ortells, 2011; Berrocal y Cebrián, 2013), es capaz de superar los límites propios de su género para convertirse en un promotor de contenidos en los

medios más tradicionales cuyos contenidos políticos habituales escapan al ámbito espectacularizado del politainment.

2- De la video-política al politainment: el caso del *cara a cara* Ciudadanos/Podemos en el programa *Salvados*

Al inicio del 1979, durante el transcurso de la campaña de las primeras elecciones generales celebradas en España tras la instauración de un marco constitucional, se lanzaron por primera vez en la historia televisiva de este país propuestas relativas a llevar a cabo debates electorales. El por aquel entonces presidente del Gobierno, Adolfo Suárez, rechazó públicamente todas las propuestas que había recibido desde diferentes fuerzas políticas – fundamentalmente del principal partido de la oposición, el PSOE de Felipe González– de llevar a cabo un debate televisado.

La negativa de Suárez, expresada directamente por él en uno de los espacios gratuitos que Televisión Española cedió a las principales agrupaciones políticas, se apoyó en argumentos tales como que un encuentro mediático así no sería útil, sólo generaría confusión y no ayudaría a que los votantes recibieran de forma clara la posición que cada partido defendía frente a cuestiones relevantes (Martín Jiménez, 2013: 267). Esta renuncia a las primeras propuestas de *cara a cara* electorales sirvió de hilo conductor para la campaña del Partido Socialista enfocada en desacreditar al presidente del Gobierno y generó una importante discusión que continuó tras la celebración de los comicios en marzo.

Estos primeros debates televisivos se propusieron en un contexto de Transición democrática en el que la *pequeña pantalla* había cobrado un papel político decisivo y cuyo valor se incrementaba en los contextos de campaña electoral (Martín Jiménez, 2013). Así pues, la vídeo-política y las vídeo-elecciones (Sartori, 1997) pasaron a dominar la estrategia de los partidos y a marcar la agenda televisiva y política.

Sin embargo, a pesar de esa relevancia que tomó la televisión como arma política, no será hasta 1993 cuando finalmente los telespectadores pudieron asistir desde sus casas a un *cara a cara* entre el presidente del Gobierno

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

(Felipe González) y el líder de la oposición José María Aznar (Partido Popular. PP). Tras este doble encuentro –el primero de ellos emitido por la cadena Antena 3 y el segundo por Telecinco– no volvió a celebrarse ningún debate de este tipo hasta que en el 2008 la Academia de la Televisión reunió en un plató al jefe del Ejecutivo, José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) y a Mariano Rajoy (PP) (VVAA: 2009).

En el año 2011, y por primera vez en dos elecciones generales sucesivas, la Academia volvió a organizar un nuevo debate, en esta ocasión entre Rubalcaba (PSOE) y Rajoy (PP). Por lo tanto, podemos trazar un balance de once elecciones generales y tan sólo tres debates televisados entre el presidente del Gobierno y el principal líder de la oposición⁴.

En este contexto político y mediático destaca aún más la apuesta de *Salvados* por organizar un encuentro entre los líderes de los dos partidos, sin representación en el Parlamento español, con más empuje de cara a las elecciones generales del próximo 20 de diciembre: Pablo Iglesias (Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos). Los formatos tradicionales de *cara a cara* propios de la vídeo-política más tradicional daban paso al politainment y lo hacían a través de un espacio de éxito que representa un ejemplo claro de infoentretenimiento político.

Salvados se emite cada domingo desde el 2008 en La Sexta en horario *prime-time*. Se trata de “un programa de reporterismo donde su conductor Jordi Évole analiza distintos asuntos de actualidad en clave irónica y provocativa”. En cuanto a los estilemas que le convierten en un ejemplo de espacio de infoentretenimiento encontramos los siguientes: “el director y conductor del programa ocupa un papel protagonista en el espacio; se implica en la información y consigue que el espectador vea a través de sus ojos la realidad, aportando su personalidad llena de ironía, descaro y falsa ingenuidad. Utiliza un estilo de redacción muy expresivo, lleno de comparaciones e imágenes. Técnicamente el programa es sobrio, centrado en la entrevista entre el presentador y los personajes elegidos como fuentes aunque en ocasiones

⁴ Sobre los efectos de los debates en el electorado: O G Luengo. (2011): “Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos”, en *Revista Española de Ciencia Política*, 25, pp. 82-96.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

utiliza la cámara rápida o la introducción de música para subrayar una circunstancia llamativa” (Berrocal, Redondo, Martín y Campos: 2014: 96).

Frente al formato de reportaje habitual, *Salvados* optó el 18 de octubre por un debate a dos que logró convertirse en líder de audiencia con 5,2 millones de telespectadores. El perfil del televidente que siguió este espacio fue, principalmente, el de varón de mediana edad, residente en ciudad y clase alta. Más de la mitad de los seguidores (54%) fueron hombres con edades comprendidas entre 25 y 44 años (30,4%) y de clase alta o media alta (38%). En cuanto al perfil de la audiencia por comunidades autónomas, las que reunieron a un mayor número de espectadores fueron Aragón, Madrid y País Vasco; frente a las que menos: Canarias, Castilla- La Mancha, Castilla y León y Asturias⁵.

3- El debate a debate en la prensa escrita: análisis de los artículos de opinión publicados en torno al *cara a cara*

En los siguientes epígrafes se desarrolla el análisis de las piezas que componen la muestra en el caso de cada uno de los tres periódicos objeto de estudio con el fin de poder contrastar la hipótesis planteada y trazar finalmente unas conclusiones globales⁶.

3.1.- *El País*: a debate la nueva y estéril política televisiva

En los artículos analizados, *El País* se interesó por el significado del debate sostenido entre Albert Rivera y Pablo Iglesias en tanto a su calidad como ejemplo del tono democrático que tiene la nueva política de Ciudadanos y Podemos, fuera del bipartidismo del PP y el PSOE, – y que el diario considera que debe ser el modelo de la socialdemocracia y de la renovación –; como por lo tocante a lo que la llegada al gobierno de esos partidos puede significar para

⁵ Datos extraídos de *ABC*, (20 de octubre de 2015), p.78.

⁶ En relación a la cobertura mediática de los debates celebrados en 2008 y 2011 ver J García Marín. (2015): “La cobertura mediática de los debates electorales en España” en *Revista Española de Ciencia Política*, 38, pp. 135-161.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

los medios de comunicación, que ahora son parte activa del juego del poder, aunque como “formaciones bisagra”⁷.

El mensaje que se desprende de las piezas publicadas sobre el debate es muy positivo, así se tilda el encuentro de “limpio”⁸ y de reflejo de los “nuevos tiempos”⁹ y, cuando Elvira Lindo se desliza en su columna hacia la crítica del cara a cara es, precisamente, por su tibieza: por la necesidad de profundizar en la nueva política, en la cultura de los debates políticos, pero con unos votantes que no estén “reconvertidos ya para siempre en audiencia”¹⁰ y reclama que, además de lo “especulativo y emocional”¹¹ planteado por Évole, se realicen auténticos debates en los que los candidatos expongan “sus ideas, con cifras y datos que prueben que aquello que proponen está dentro de lo posible”¹², en la línea del Rivera-Iglesias pero no tan “*relaxing* para lo que anda en juego”¹³, en definitiva, el futuro del país y de sus ciudadanos.

En ninguno de los artículos se proclamó un vencedor del debate, siendo patente el convencimiento del éxito de ambos contendientes por el mismo hecho de aparecer en el encuentro y de hacerlo con buen tono, sin agresividad y con espíritu de equipo. Las distintas firmas de *El País* plantearon que ganó la nueva política y, en concreto, la democracia. Así explicó, por ejemplo, Jesús Ruiz Mantilla que:

“los líderes de Podemos y Ciudadanos, reunidos por el programa que mejor le ha cogido el pulso al presente de un país deseoso de un nuevo futuro regenerador y no reciclado, dictaron un acta de defunción. Todo un RIP reservado a la política tiquismiquis de debates trasnochados y anquilosados, a las ruedas de prensa sin preguntas, a las altivas maniobras de hipócrita distracción modo prietas las filas, frente a las que Rivera e Iglesias ofrecieron un arriesgado ejemplo de naturalidad, transparencia y madurez democrática”¹⁴.

⁷E Lindo. (21 de octubre de 2015). Demasiado '*relaxing*'. *El País*, p. 48.

⁸J.M Reverte. (22 de octubre de 2015). Debate limpio. *El País*, p. 2.

⁹J Ruiz Mantilla. (20 de octubre de 2015). Évole: nuevos tiempos. *El País*, p. 47.

¹⁰E Lindo. (21 de octubre de 2015). Demasiado '*relaxing*'... op. cit.

¹¹*Ibidem*.

¹²*Ibidem*.

¹³*Ibidem*.

¹⁴J Ruiz Mantilla. (20 de octubre de 2015). Évole: nuevos tiempos... op. cit.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En esa línea se explican los lamentos de Elvira Lindo¹⁵ por la falta de profundidad del *cara a cara* que ella insiste en no llamar debate. Incidió en que fue un “encuentro, no debate, de Iglesias y Rivera, por más que la jauría tuitera se empeñe”, que supuso “una audacia televisiva consistente en convocar a dos rivales de la nueva hornada para que den una lección de buenos modales a la vieja escuela” y que, si esto “no es poco”, la victoria fue del programa “*Salvados*, que hizo creer a muchos telespectadores que se encontraban ante un primer debate preelectoral”, cuando “tan solo fue un *relaxing cup of coffee*. Demasiado *relaxing* para lo que anda el juego”, pese a su limpieza e interés.

Tanto Ruiz Mantilla, como Reverte y Lindo coincidieron en opinar que el auténtico éxito había sido del programa *Salvados*, con un celebrado Jordi Évole a la cabeza, aunque esta propuesta repercutiera en el tono democrático del país de forma muy positiva, en concreto, a través de los líderes de Podemos y Ciudadanos. De esta manera, se publicó que “lo que Jordi Évole y ambos políticos vinieron a inaugurar en *Salvados* fue una nueva era en la comunicación política televisiva”¹⁶ y que “el programa de debate entre los dos candidatos 'renovadores' de la política ha quedado ya como canónico”¹⁷.

La noción de que el *cara a cara* fue un adiós definitivo a la política tradicional y a los debates encorsetados – y, sin decirlo explícitamente: al plasma – fue visto como algo naturalmente positivo pero, al tiempo, un reflejo de la cultura del espectáculo y del ciudadano o votante reconvertido en espectador. La conversación limitaba el espectro político a un bipartidismo de nuevos partidos pactadores, que obviaba a los candidatos del resto de formaciones (PSOE, UPyD, partidos nacionalistas, etc) y, sobre todo de Izquierda Unida, motivo por el que:

“Alberto Garzón se preguntaba por qué no había sido invitado él a dicho encuentro. Tenía razón en parte: el partido amistoso entre las dos estrellas con más posibilidades de ser formación bisagra eliminaba al resto de los rivales; pero, por otro lado, estaba

¹⁵ E Lindo. (21 de octubre de 2015). Demasiado '*relaxing*'... op. cit.

¹⁶ J Ruiz Mantilla. (20 de octubre de 2015). Évole: nuevos tiempos... op. cit.

¹⁷ J.M Reverte. (22 de octubre de 2015). Debate limpio. *El País*, p. 2.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

aceptando que las nuevas reglas de juego están marcadas por las estrellas y los directivos de la tele”¹⁸.

Llama la atención que *El País* no debatiera sobre las propuestas del debate más allá de comentar la celebración del mismo como hito democrático y de celebrar la iniciativa de *Salvados*. Solo Reverte introdujo en su columna una referencia a la afirmación de Rivera e Iglesias de que, como otros partidos de izquierdas, se comprometerían a eliminar los privilegios de la Iglesia, insistiendo en que “el periodista arrancó una firme promesa a los dos contendientes: si gobiernan van a hacer que la Iglesia pague todos los impuestos que tiene que pagar”¹⁹.

Cabe señalar que, pese a la alegría general del medio por la gran “reaparición de Évole este otoño con peaje a un nuevo tiempo. Un 25,2% de audiencia, 5,2 millones de espectadores, lo certifica. Que no decaiga la audiencia”²⁰ y la buena acogida del público – vinculada a la madurez democrática –, pesa el miedo a que “este país se nos pierda otra vez”²¹; pues todo puede quedar en espectáculo, como señalaba Lindo.

Por ello, Ruiz Mantilla supone que “la vieja política de los partidos caducos estará llamando a los responsables de *Salvados*: ‘¡Yo también quiero!’”²² pero que no se debe permitir pues “oportunidades han tenido de dejar de considerar a los ciudadanos como mercancía infantiloides, capaz de tragarse la mamarrachada de sus vídeos para catatónicos”²³. El lamento es que sea, efectivamente, un acontecimiento televisivo intrascendente, limpio pero por estéril, por demasiado *relaxing*, mientras los viejos partidos se reparten el pastel del voto, aparte de la audiencia.

¹⁸ E Lindo. (21 de octubre de 2015). Demasiado '*relaxing*'... op. cit.

¹⁹ J.M Reverte. (22 de octubre de 2015). Debate limpio. *El País*, p. 2.

²⁰ J Ruiz Mantilla. (20 de octubre de 2015). Évole: nuevos tiempos... op. cit.

²¹ J.M. Reverte. (22 de octubre de 2015). Debate limpio. *El País*, p. 2.

²² J Ruiz Mantilla. (20 de octubre de 2015). Évole: nuevos tiempos... op. cit.

²³ *Íbidem*.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

3.2.- *El Mundo*: el debate debe ser sin corsés pero de a cuatro

El Mundo destacó por su completa cobertura del *cara a cara* y por el animado debate del debate que se dio entre sus páginas, sobre todo los dos días siguientes al programa. Las líneas argumentales en las que se movió la opinión del diario trataron, fundamentalmente, tres temas: en primer lugar, el éxito del debate desencorsetado, sin rigidez y con buen tono dirigido por Jordi Évole; en segundo, la precariedad de la situación política española y sobre todo de los líderes de los distintos partidos, entre los que se incluye a los de Ciudadanos y Podemos por la sombra que representan de demagogia y no de democracia, y la necesidad de, pese a todo lo anterior, hacer un debate auténtico – en directo, entre Rajoy, Sánchez, Rivera e Iglesias, sin corsés – siguiendo la línea de este encuentro que, por otra parte, consideran positiva aún con sus limitaciones.

Así, señalan que, por el éxito del encuentro, es clave “exigir, como EL MUNDO lleva tiempo haciendo, que en la próxima campaña los líderes de las cuatro formaciones que hoy tienen posibilidades de ganar, o al menos de ser claves para la gobernabilidad, debatan en televisión. Y lo hagan sin parapetarse en formatos caducos y antiperiodísticos en los que los asesores de imágenes dedican hasta el color de la corbata del presentador, amén de tasar con precisión de cronómetro de partido de baloncesto las rígidas intervenciones de cada contrincante, impidiendo en la práctica toda confrontación en los debates televisados entre candidatos que ha habido en nuestro país desde el primer *cara a cara* entre González y Aznar de 1993. No es aventurado decir que algo así ya no sería admitido por los ciudadanos”²⁴.

A este respecto, Antonio Lucas²⁵ califica la situación de la sociedad española, a propósito de las posturas de Rivera e Iglesias en el encuentro y del interés generado en los votantes por el mismo, como de “hambre de realidad” en la España que “no representan el PP ni el PSOE, empeñados en exaltar su propio triunfo desde el fondo mismo del descrédito”. Por eso, “batieron todas las previsiones de espectadores porque la gente quería ver qué tienen dos jóvenes

²⁴ Editorial. (20 de octubre de 2015). Los españoles sólo aceptarán ya un debate a cuatro sin corsés. *El Mundo*, p. 3.

²⁵ A Lucas. (21 de octubre de 2015). Hambre de realidad. *El Mundo*, p. 3.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

que decimos, dónde está su novedad, su fuerza, su calambre para darle la vuelta al estercolero generado por los viejos partidos monumentales, que han establecido la cuota mágica del bipartidismo y de la bipolaridad. Indistintamente” pues “son la concreción de ese hambre de realidad que no se apoya en dos tíos que se insultan. Vienen como de estreno, a ponerle mariposas al paisaje ceniciento. No se trata del valor de la juventud, sino de asestarle una punta de calambre a este cansado carrusel”.

Y, aunque la opinión de *El Mundo* sobre el debate es positiva, no deja de latir un trasfondo crítico contra el espectáculo generado en el mismo. Por ejemplo, Cuartango²⁶ lamenta que la política sea un baile de disfraces, en el que “la máscara ha desaparecido (...) porque estamos en una sociedad del espectáculo en la que el hombre no necesita desdoblarse porque ya está forzado a asumir el papel de lo que no es para sobrevivir. Digamos que en este mundo donde todo es representación, la máscara sería un elemento de verdad al poner en evidencia la farsa de nuestra existencia”. Es decir, porque el debate no es más un teatrillo en el que “los líderes de los partidos no llevan máscara o, mejor dicho, la llevan permanentemente puesta porque es su propia cara”. Para evidenciarlo, propone “un debate televisivo entre los cuatro aspirantes, cada uno de ellos escondido tras un disfraz veneciano y una máscara. Tal vez tendrían el valor de ser más sinceros y mostrarnos algo de lo que oculta esa voluntad de parecer lo que no son”.

La crítica al debate, aún considerándolo fructífero, es recurrente entre las páginas del periódico. Arcadi Espada²⁷ señala que Rivera e Iglesias son “dos zascandiles” que desprecian al electorado desde su privilegiada posición de “lindas mariposas [que] observan a las larvas”. También acusó que “hacerle un zasca al otro fue el objetivo principal” y, sin entrar en el debate de las propuestas de uno y otro, el fundador de Ciudadanos lamentó la concesión del catalán al madrileño de que la simpatía de Esperanza Aguirre o Isabel San Sebastián, demócratas, le hiciera “daño” a su partido, igual que la de Maduro, un dictador, a “vosotros”.

²⁶ P.G Cuartango. (19 de octubre de 2015). Juego de máscaras. *El Mundo*, p. 2.

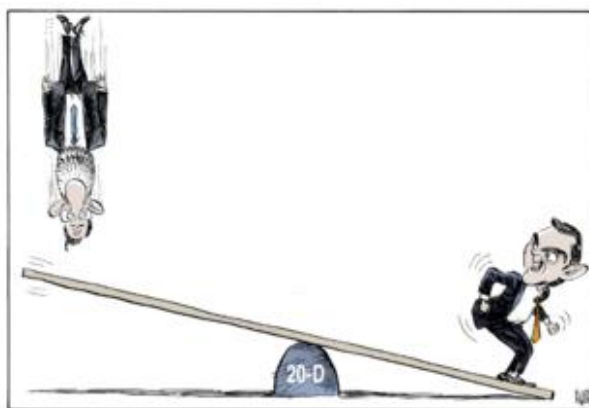
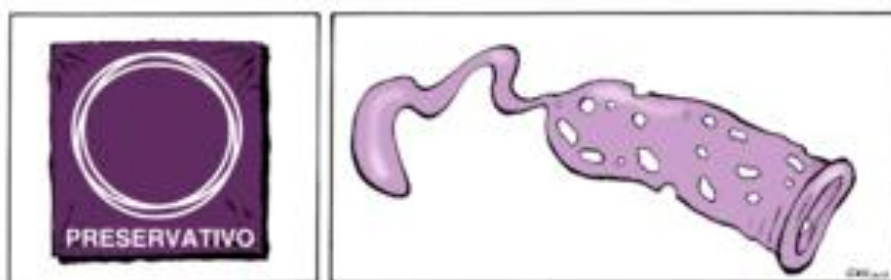
²⁷ A Espada. (20 de octubre de 2015). Dos zascandiles. *El Mundo*, p. 2.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Aunque *El Mundo* consideró que “ambos han salido ganando por el hecho de debatir ante cinco millones de espectadores”²⁸, el claro vencedor para el periódico fue el líder de Ciudadanos. Sobre su participación dicen que “uno tuvo de púgil joven y malicioso (Rivera). El otro, de cristo remoto y cansado (Iglesias)”²⁹ y, hasta en piezas informativas, se anota el agotamiento y colapso de Podemos y su líder.

El reflejo de la victoria de Rivera es notorio, sobre todo en el humor gráfico. Gallego y Rey, en una viñeta³⁰, usaron el logo de Podemos para envolver un preservativo que, vemos posteriormente, que está agujereado y defectuoso. La decadencia y el apagón del partido de Iglesias es paralelo al ascenso del de Ciudadanos; y así retrató Ricardo³¹ a Rivera, sacando del juego a Mariano Rajoy al absorber los votos del PP.



La decadencia de Pedro Sánchez es evidente, de hecho, es el convidado de piedra, en la viñeta de Ricardo³², en el supuesto debate de la oposición de

²⁸ Editorial. (20 de octubre de 2015). Los españoles sólo aceptarán ya un debate a cuatro sin corsés. *El Mundo...* op. cit.

²⁹ A Lucas. (21 de octubre de 2015). Hambre de realidad... op. cit.

³⁰ Gallego y Rey. (20 de octubre de 2015). Contraportada.

³¹ Ricardo. (20 de octubre de 2015). Sin el debido respeto, p. 2.

³² Ricardo. (19 de octubre de 2015). Sin el debido respeto, p. 2.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Jordi Évole: mira por la ventana cómo Iglesias y Rivera se reparten el pastel de la decadencia de Rajoy pues “los de siempre llegan a las elecciones con algo de vacío de poder disimulado. Nadie cree ya en nadie. Estas son las últimas para Rajoy y para Pedro Sánchez. Incluso para los dos, si nos damos a la rumba. Y aún pretenden que en la calle siga el censo abanderando la verbena. De ahí la expectación ante el careo de la taberna”³³.



Incluso el editorial³⁴ de *El Mundo* considera que “el líder de Ciudadanos salió mejor parado del envite que Iglesias, quien no consigue desprenderse en sus últimas intervenciones públicas de un cierto derrotismo provocado por el estancamiento en que le sitúan las encuestas. Rivera mantuvo un dominio del ritmo y un estilo directo y serio que se tradujeron en una alta credibilidad, como confirmaba ayer, por ejemplo, nuestra encuesta de ELMUNDO.ES. Por su parte, Iglesias, dotado de una expresión didáctica bastante eficaz, tuvo sus mejores momentos al abordar asuntos sociales”. No obstante, también señala que “probablemente no convencieron a muchos que previamente no estuvieran ya convencidos. No se la jugaron, como sí se la tendrían que jugar en un debate electoral de verdad. Ése que en pocas semanas los españoles tienen derecho a ver, con Rajoy, Sánchez, Iglesias y Rivera, juntos, en directo y sin corsés”.

En definitiva, *El Mundo* consideró que el encuentro llamado 'debate' es un bien, uno menor, porque podría haber sido más grande. Por ejemplo, García

³³ A Lucas. (21 de octubre de 2015). *Hambre de realidad...* op. cit.

³⁴ Editorial. (20 de octubre de 2015). *Los españoles sólo aceptarán ya un debate a cuatro sin corsés...* op. cit.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Abadillo³⁵ celebró que Évole haya “sabido hacer una confrontación política un programa de televisión sin corsés, bien editado y en el que los contendientes han vuelto a demostrar que son dos auténticas estrellas mediáticas” pero se pregunta si “¿les sirvió a sus protagonistas para aumentar el número de sus potenciales votantes? Hablo con Pedro Arriola (...): 'en sentido estricto no fue un debate, fue una charla, un intercambio de ideas. Los debates se hacen a cara de perro, gana el que logra mantenerse en pie’”.

A modo de conclusión, afirmó que “no podemos esperar que los debate televisados provoquen por sí mismos vuelcos electorales, pero sí que sirvan para consolidar al votante que ya se ha decidido por uno de los candidatos, o bien para ganar a aquellos que todavía mantienen dudas. Esa parcela abarca una horquilla de entre el 2% y el 5% del electorado. Aunque en mi opinión estuvo mejor Rivera (se mostró más seguro y convincente en los temas determinantes), creo que, al final, ganaron los dos”. De modo que aún demandando un debate a cuatro, sin corsés, y sin montaje ni enlatados, *El Mundo* consideró que el programa fue positivo y que tuvo efectos, mediáticamente hablando.

3.3.- ABC: Rivera, el conquistador de la nueva ‘democracia de plasma’

En todos los artículos analizados, *ABC* mostró a Albert Rivera como el vencedor del debate del pasado 18 de octubre en *Salvados*. Así, las líneas argumentales del diario madrileño se han movido en tres direcciones: los nuevos formatos de debate en programas de infoentretenimiento, el discurso ‘progresista’ del líder de Ciudadanos y su victoria frente a Pablo Iglesias, a quien el periódico calificó como abatido y agotado por sí mismo³⁶. Las muestras de estudio son columnas y firmas habituales publicadas en las secciones ‘Opinión’ y ‘Gentestilo&TV’; la excepción es una noticia ubicada en el apartado ‘España’.

ABC ensalzó el cara a cara de *Salvados*, calificando al programa de televisión como “ameno, brillante y novedoso”, aunque como debate electoral no servía

³⁵ C García Abadillo. (20 de octubre de 2015). El debate. *El Mundo*, p. 4.

³⁶ I Camacho. (20 de octubre de 2015). Spin-offs. *ABC*, p. 13.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

“porque tenía truco: la conversación [...]”³⁷. Esta idea también la desarrolló Rosa Belmonte, expresando que el formato estaba pensado, precisamente, para no aburrir al espectador,

“independientemente de lo que estos dos dijeran para arreglar España. (...). Los debates [tradicionales] están tan ceñidos a las reglas que acaban siendo un género robótico que premia al mejor preparado para el formato. Y no al mejor político”³⁸.

En esta misma línea, Ignacio Camacho señaló que, ante las cámaras de los platós, ha ido surgiendo un movimiento crítico “capaz de suplantar el papel de la Cámara de representantes sin tener que ajustarse a sus pautas y reglamentos”, lo que ha denominado “una democracia de plasma”³⁹. Así, el articulista aseguró que los líderes de Ciudadanos y Podemos tienen ventajas frente a sus adversarios. Además de estar exentos de pasado y –en consecuencia– de responsabilidad, ellos tienen otras aptitudes mediáticas: “reyes del share, líderes de audiencias [...] incubados en la en la televisión y a pачas con ella han logrado transformar a los espectadores en votantes”⁴⁰. Y es que, para *ABC*, Albert Rivera y Pablo Iglesias han aportado “un cierto elemento diferencial a la política española”⁴¹, que se ha traducido en “un espectáculo diseñado desde, por y para la televisión. Una posmoderna videodemocracia”⁴².

En segundo lugar, el veterano periódico basó buena parte de su discurso en que los protagonistas del *cara a cara* tuvieron más puntos en común que los que se esperaba *a priori*: “Aunque tradicionalmente los líderes de Ciudadanos y Podemos se intercambian críticas contundentes, ayer, en su primer cara a cara en el programa de televisión ‘Salvados’, los dos exhibieron una relativa sintonía

³⁷ *Ibidem*

³⁸ R Belmonte. (22 de octubre de 2015). Los persas. *ABC*, p. 77

³⁹ I Camacho. (20 de octubre de 2015). Spin-offs... op. cit.

⁴⁰ *Ibidem*

⁴¹ “Rivera se impone en su primer cara a cara con Iglesias”. (19 de octubre de 2015). *ABC*, p.19.

⁴² I Camacho. (20 de octubre de 2015). Spin-offs... op. cit.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

(...)”⁴³. Este aspecto inquietó al diario, dado que citó en tres artículos la frase que pronunció en el debate Pablo Iglesias en tono jocoso: “¡Cómo sigamos así nos presentamos juntos!”⁴⁴.

Edurne Uriarte fue quien más hincapié hizo sobre esta cuestión, criticando a Albert Rivera por dar una imagen progresista para conquistar a Jordi Évole y a “ese voto joven que le mira con tan buenos ojos y dijo todo lo que diría Pedro Sánchez, y hasta Iglesias”⁴⁵. Para la columnista, “el progresismo cotiza mucho más alto que la derecha, es el rubio de la política en España, y Albert Rivera quiere ser más rubio, como casi todos”⁴⁶ y añadió que, a este paso, “a los de Ciudadanos les van a llamar la marca blanca de Podemos y no la marca blanca del PP”⁴⁷. En definitiva, se expuso que Rivera “no hace ascos a la palabra ‘izquierda’, pero huye cada día a más velocidad de la palabra ‘derecha’⁴⁸, siendo, en opinión de Hughes, “el primer bisexual político”⁴⁹.

Pese a estas críticas, *ABC* proclamó al líder catalán como el vencedor del debate ya que, en su opinión, “salió proyectado como un líder sensato, moderado y sereno”⁵⁰. Y es que, para este diario, Albert Rivera “se impuso con claridad al secretario general de Podemos”⁵¹.

Así, el periódico del Grupo Vocento mostró a Pablo Iglesias como un político desgastado y sin recursos. Especialmente Hughes centró sus críticas en el madrileño en su artículo “Efecto pelusa”, el cual tiene una gran dosis de ironía:

⁴³ “Rivera se impone en su primer cara a cara con Iglesias”... op. cit.

⁴⁴ Las muestras donde aparecen alusiones a la cita son las siguientes: “Rivera se impone en su primer cara a cara con Iglesias” (19 de octubre de 2015). *ABC*, p.19; Uriarte, E. (20 de octubre de 2015). Pablo y Albert con Jordi, *ABC*, p.12; Camacho, I. (20 de octubre de 2015). Spin-offs. *ABC*, p. 13.

⁴⁵ E Uriarte. (20 de octubre de 2015). Pablo y Albert con Jordi, *ABC*, p.12

⁴⁶ *Ibidem*

⁴⁷ *Ibidem*

⁴⁸ *Ibidem*

⁴⁹ Hughes. (20 de octubre de 2015). Efecto pelusa, *ABC*, p. 77.

⁵⁰ Camacho, I. (20 de octubre de 2015). Spin-offs... op. cit.

⁵¹ “Rivera se impone en su primer cara a cara con Iglesias”... op. cit.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

“He escuchado a fumetas dar explicaciones más consistentes. La economía para Iglesias es como encontrar una calle. Cuando estamos en otra ciudad y preguntamos a un vecino nos da veinte instrucciones que empiezan por ‘bajas a la izquierda y luego’. Y luego nada, cogemos calle abajo y vamos improvisando. Pues Iglesias igual: espera crecer por encima del 3% bajando por la izquierda del salario mínimo. ¿Y alguien con estos argumentos ha hecho temblar la política española? Sentí una tremenda vergüenza personal y colectiva”⁵².

Así, le comparó con personajes públicos, ridiculizando su actuación en el *cara a cara*: “Pablo Iglesias puso caras de Calimero. ¿De verdad va a intentar ganar las elecciones dando pena? Se está convirtiendo en el Álex Ubago de la Nueva Política y parece que hasta le pesa la coleta, que la lleva como un remolque”⁵³. Para el columnista, el vencedor del debate fue Rivera, ya que al lado de Iglesias “parecía un canciller, un canciller guay encima. Le cabe el Estado en ese torso”⁵⁴.

Finalmente, cabe señalar que las fotografías que aparecen sobre los protagonistas del debate⁵⁵ favorecen al líder de Ciudadanos frente al Secretario General de Podemos. Ambas imágenes aparecen en la parte inferior de las páginas, pero la de Rivera aparece en página impar y la de Iglesias en la página par⁵⁶. Además, el político catalán aparece hablando, con el dedo levantado como signo de acusación, reflejando una imagen de liderazgo y autoridad. Por otro lado, el madrileño aparece con un gesto más relajado, frunciendo el ceño como si de un observador pasivo se tratase.

⁵² Hughes. (20 de octubre de 2015). Efecto pelusa... op. cit.

⁵³ *Ibidem*

⁵⁴ *Ibidem*

⁵⁵ Las fotografías acompañan a la siguiente información: “Rivera se impone en su primer cara a cara con Iglesias”...op. cit.

⁵⁶ Según el triángulo de Haas la valoración de la información depende de su ubicación en la página: la página impar es preferente a la par; la superficie superior de la página es preferible a la inferior y el espacio horizontal (número de columnas) es preferible al vertical (longitud de la columna).



4- Conclusiones de la investigación

- En líneas generales, las piezas de opinión tomaron el debate dirigido por Évole como el punto de partida para desarrollar un análisis crítico de la situación política española, del bipartidismo más tradicional y reprimir al Gobierno por su estrategia frente a los medios de comunicación.
- Los artículos analizados no se centraron apenas en debatir quién había salido victorioso del *cara a cara* pero cuando tocaron este asunto fueron señalados como vencedores por una parte Albert Rivera, líder de Ciudadanos, y por otra, y sobre todo, el propio espacio de *Salvados* por su apuesta por un encuentro político novedoso y por los niveles de audiencia logrados.
- Resulta llamativa la ausencia de debate en los artículos analizados en torno a los temas que se trataron en el *cara a cara*. En ninguno de los casos que componen la muestra, los autores de los artículos focalizan su atención en los distintos puntos que se discutieron en el encuentro de los líderes políticos; pues se centran más en el formato del espacio y, en líneas generales, en lo que Rivera e Iglesias representan y lo que transmitieron a la audiencia.
- El debate de *Salvados* fue visto por los articulistas como la prueba clara de que los medios eran “parte activa del juego de poder”, como un ejemplo de la “posmoderna videopolítica” y de la nueva política que estaban reclamando los ciudadanos.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

- Tal y como se planteaba en la hipótesis inicial, en ese nuevo panorama político, donde conviven nuevos líderes y nuevos formatos televisivos, los diarios toman partido y buscan convertirse en parte integrante del mismo, generando un debate a partir del *cara a cara* que siempre termina yendo más allá del programa en cuestión para tratar desde las tribunas, columnas y editoriales cuestiones de política general.

5- Referencias bibliográficas

S Berrocal, M Redondo, V Martín., & E Campos. (2014): “La presencia del “infoentretenimiento» en los canales generalistas de la TDT española” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp.85-103.

S Berrocal & E Cebrián. (2013): La irrupción del «infoentretenimiento» en la comunicación política española. Una propuesta para la sistematización de sus formatos televisivos en VVAA, *Estudios de comunicación política. Libro del año 2012* (coord. A Capdevila). Madrid: Tecnos.

J García Marín. (2015): “La cobertura mediática de los debates electorales en España” en *Revista Española de Ciencia Política*, 38, pp. 135-161.

O G Luengo. (2011): “Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos” en *Revista Española de Ciencia Política*, 25, pp. 82-96.

V Martín Jiménez. (2013): *Televisión Española y la Transición democrática: La comunicación política del Cambio (1976-1979)*. Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid.

S Ortells. (2011): “La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español” XVI Jornades de Foment de la Investigació de la FCHS, Universidad Jaume I, 279-293.

G Sartori. (1997): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

VVAA. (2009). *El debate de los DEBATES 2008*. Barcelona: Àmbit.