

¿Política-basura? Modelos de representación y en la telebasura y la tertulia política¹

José Antonio Palao Errando

Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I

errando@com.uji.es

Shaila García Catalán

Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I

scatalan@com.uji.es

José Antonio Palao Errando es Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València y profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón. Ha escrito, entre otros, los libros *La profecía de la imagen-mundo: para una genealogía del Paradigma Informativo* (2004, Valencia: Ivac) y *Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión* (2009, Madrid: Biblioteca Nueva).

Shaila García Catalán es licenciada en Comunicación Audiovisual y en Publicidad y RR.PP. por la Universitat Jaume I de Castellón. Actualmente está desarrollando su tesis doctoral *Hipertexto y modelización cinematográfica en la divulgación neurocientífica audiovisual: a propósito de Redes de Eduardo Punset*, como becaria de investigación en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UJI.

Resumen

Si hay un formato informativo audiovisual que haya cobrado una vigencia y una relevancia inusitada como creador y modulador de la opinión pública, ése es sin duda la *tertulia política* televisiva, que ha encontrado su forma natural de desplegarse en el escenario de la TDT. El género ha ido a imbricarse en el vasto panorama de hibridaciones discursivas que proporciona la televisión actual influyendo y dejándose influir por formatos mucho más espectaculares en lo visual como el *talk show* y, en general, todas las variantes del *reality*. Esta comunicación realiza un estudio comparativo de los rasgos estructurales, discursivos y de puesta en escena que la tertulia política comparte con estos géneros denominados globalmente como *telebasura* y, de forma destacada, a los dedicados a la *crónica rosa*.

Palabras clave: Modelo Difusión, Modelo Reticular, tertulia política, hibridaciones, telebasura.

¹ La presente ponencia ha sido realizada con la ayuda del Proyecto de Investigación «Nuevas Tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos», financiado por la convocatoria del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación, para el periodo 2008-2011, con código CSO2008-00606/SOCI, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici.

1. El sentido común de la democracia: relativismo, diálogo, consenso.

Los tres términos que titulan este epígrafe constituyen la estructura basilar sobre la que descansa la buena conciencia —monumental erección de su arquitectura conceptual— de la democracia parlamentaria. El profesor Manuel Jiménez Redondo lo explica mucho mejor de lo que lo haríamos nosotros comentando a Kelsen —a propósito de su libro *Esencia y valor de la democracia* de 1929:

La política moderna se asienta en un radical no-consenso, o quizá mejor: se basa en el consenso [...] de aquellos que se han resignado a contar y a convivir con un radical no-consenso del prójimo en lo que respecta a “últimidades”, es decir, en lo que respecta a concepciones básicas y últimas de la vida y del mundo (Jiménez Redondo, 2000: 8).

Por ello mismo, la democracia presupone el relativismo como su cosmovisión, pues ninguna idea del particular tiene un valor moral *a priori* superior al de cualquier otro y «por eso da a toda fe política la oportunidad de expresarse y de hacerse valer ganándose en competencia libre la voluntad de los hombres» (*Ibidem*). El procedimiento dialéctico es, pues, consustancial a la democracia y a la conformación de las mayorías, cuya forma de dominación implica siempre la existencia de una oposición cuyo derecho a la expresión en libertad debe ser reconocido. Ni siquiera ese escepticismo o relativismo pueden considerarse como una creencia impuesta o generalizada sino como una meta-concepción regulativa que permite el diálogo en igualdad entre las diversas concepciones de la *verdad práctica*.

El absoluto respeto al otro y la necesidad de su punto de vista² en el camino hacia la verdad no es más que la consecuencia insoslayable de la conciencia a la que la razón arriba de que, en su naturaleza, habita la imposibilidad de darse alcance a sí misma. De ahí que toda dimensión práctica y gnoseológica deba estar fundada sobre un consenso alcanzado contra el trasfondo de la tolerancia del disenso. Es el único camino hacia una posible verdad en la que poder cimentar cualquier consideración práctica. Y es Habermas, en el entorno de su Teoría de la Acción Comunicativa, quien procede a su articulación formal:

Según esta teoría [la Teoría Consensual de la Verdad] sólo puedo (con ayuda de oraciones predicativas) atribuir un predicado a un objeto si también cualquiera que *podiera* entrar en discusión conmigo *atribuyese* el mismo predicado al mismo objeto; para distinguir los enunciados verdaderos de los falsos, me refiero al juicio de los otros y, por cierto, al juicio de todos aquellos con los que *podiera* iniciar una discusión [...]. La verdad de una proposición significa la promesa de alcanzar un consenso racional sobre lo dicho (1989: 121).

El pilar básico en la concepción expuesta de la Teoría Consensual de la Verdad son lo que el filósofo llama *Situación Ideal de Habla* —que es «es una ficción operante en el proceso de comunicación» (Habermas, 1989: 155)— en la que la pretensión de validez debe ser desempeñada por sujetos que «hagan transparente su naturaleza interna» (1989: 154) y acompañada por los requisitos ético-pragmáticos de toda racionalidad:

- *Inteligibilidad*, que se da por presupuesta: el interlocutor válido acepta, sin problematizarlo jamás, el código lingüístico.
- *Verdad*, como coherencia propositiva y adecuación a los hechos o estados del mundo.

² Esta idea ya está implícita en la noción de *docta ignorantia* de Nicolás de Cusa, en los albores de la cosmología moderna. Vid Palao (2004).

- *Rectitud*, como comportamiento no estratégico, es decir, como confesabilidad de todos los intereses individuales.
- *Veracidad*: Lo que se enuncia como pretensión de validez es lo que *realmente se está pensando* sobre el asunto discutido.

El caso es que las formulaciones de Habermas están fundadas en una moral de la intención y una psicología de la transparencia que, pensamos, en absoluto deberían prescindir de una demostración (Vid. Palao, 2001).

Por su parte, Apel recurre al pragmatismo falibilista y *meliorista* peirceano, introduciendo varias nociones de vital importancia para sostener su edificio teórico. La primera de las cuales es sin duda la de *una comunidad ilimitada de investigadores*. Antes que nada, esta introducción teórica va a suponer la reconstrucción del quebradizo puente entre el discurso y la realidad extradiscursiva, en la dirección de una evidencia fenomenológica *necesaria pero no suficiente* para fundamentar una verdad objetiva y, por tanto, consensuable: la verdad extraída inferencial o abductivamente, sólo adquiere su estatuto cuando queda enmarcada en el ámbito intersubjetivo del discurso argumentativo, proceso de formulación que, desde Peirce, Apel define como:

convergencia *in the long run* en el sentido de la aproximación a la verdad, de los razonamientos sintéticos concretos. [...] Sólo podemos definir lo *real*, a diferencia de lo irreal, como lo *cognoscible in the long run* sobre la base de la convergencia de los razonamientos. [...] Para Peirce, la probable convergencia de los razonamientos sintéticos de diferentes personas y desde distintas evidencias perceptivas no sólo representa la *posibilidad* del conocimiento progresivo de lo real; más bien, un conocimiento teórico completo o suficientemente profundo de lo real presupone, en principio, *la convergencia de los razonamientos sintéticos de todos los miembros de una comunidad ilimitada de investigadores* (Apel, 1991: 41-42)³.

Toda teoría racionalista de la verdad necesita, como supuesto o como prueba, una teoría de la correspondencia (sea como evidencia fenomenológica o como hipótesis pragmático-trascendental) basada en la convicción de que nada en las percepciones puede resultar inaccesible al lenguaje, de que todo en ellas es, a la postre, objetivable: nada, de lo particular de la cosa (*Das Ding*), se resiste al ojo o al concepto.

2. El inconsciente de la democracia: capitalismo, espectáculo, comunicación e información.

Hasta aquí hemos visto al conciencia que la sociedad democrática tiene de sí misma. Pero hay un *inconsciente*. Éste proviene del hecho de que la democracia parlamentaria habita la economía de mercado y por tanto *la competencia libre de las opiniones* de la que hablaba Kelsen (2002) queda abocada a la acentuación de las diferencias y la espectacularización. Y es que tal y como vislumbró Debord,

el origen del espectáculo es la pérdida de unidad del mundo, y la expansión gigantesca del espectáculo moderno expresa la totalidad de esa pérdida: la abstracción generalizada de la producción global se encuentran perfectamente traducidas en el espectáculo, cuyo *modo concreto de ser* es precisamente la abstracción. En el espectáculo, una parte del

³ No deja de sorprender que poco después, Apel utilice como prueba de la realidad presubjetiva (i.e., objetiva) de un fenómeno sometido posteriormente a validación argumentativa, el que pueda ser fotografiado.

mundo *se representa* ante el mundo, apareciendo como algo superior al mundo. El espectáculo es sólo el lenguaje común de esta separación. Lo que une a los espectáculos no es más que su relación irreversible con el centro que mantiene su aislamiento. El espectáculo reúne lo separado, pero lo reúne *en cuanto separado* (2008: 48-49).

La necesidad de un escenario estable donde entablar la lucha por las mayorías, pues, acaba reduciendo la política a la comunicación y derivando en una sacralización de esa *mayoría*, convertida en *opinión pública*, como garante meta-enunciativa. De este modo, *la comunicación asume un proceder inclusivo*, pues «no parece que [...] ponga fuera de juego los valores oponiéndose a ellos, sino apropiándose los» (Perniola, 2006: 32), gestionándolos para sus fines. Por tanto, la comunicación, aspira a ser a un tiempo una cosa, su opuesto y todo aquello que está en el medio entre ambos extremos. Es, por ende, totalitaria, en una medida mucho mayor que el totalitarismo político tradicional, pues comprende también y sobre todo el antitotalitarismo (Perniola, 2006: 18). Ha habido una «sustitución de la *ideología del progreso* por la *ideología de la comunicación*» (Mattelart, 1993: 151). Pero no olvidemos que ésta incluye también el progreso y, por tanto, continúa la concepción evolucionista de la civilización garantizada por la ciencia en consonancia con la política democrática y la economía capitalista. Vemos, consecuentemente, que la comunicación es en sí misma una ideología que, además, como la vieja y fracasada —porque no ha conseguido acabar con las desigualdades sociales— ideología del progreso, no tiene oponentes por suponersele siempre un carácter de consenso universal. Como afirma el propio Mattelart «su discurso es difundir que para progresar todos debemos comunicar. Todos debemos comunicar, aunque poco importa que detrás no haya ningún proyecto social (2004)».

Eco recoge la aportación de McLuhan, quien apunta que «la información ha dejado de ser un instrumento para producir bienes económicos, para convertirse en el principal de los bienes» (1987: 77). De este modo, observa que:

Cuando el poder económico pasa de quienes poseen los medios de producción a quienes tienen los medios de información, que pueden determinar el control de los medios de producción, hasta el problema de la alienación cambia de significado. [...] cada ciudadano de este mundo se convierte en miembro de un nuevo proletariado (McLuhan en Eco, 1987: 77).

Los *mass media* inauguran un poder en el que no hay posibilidad de exterioridad, pues éstos, «a diferencia de los medios de producción, no son controlables ni por la voluntad privada ni por la de la colectividad» (Eco, 1987: 80). Y si a esto añadimos que la información se presenta como garantía de libertad democrática, podemos afirmar que la comunicación se propone como un imperativo irrefragable, pues para desenvolverse necesita la clausura de la realidad, no su transformación.

El hecho de que la comunicación se presente como factor clave para el desarrollo de cualquier sistema social en la contemporaneidad se debe a la concepción del saber como *información*. Nuestra época, ha recibido nombres como «aldea global» de McLuhan y Powers (1993), «sociedad informacional», «capitalismo informacional», «sociedad red» de Castells (1997-2000) o «sociedad del espectáculo» de Debord (2008). Estas expresiones, que dependen de dónde ha colocado el acento cada teórico, convergen en lo que generalmente se entiende por Sociedad de la Información y del Conocimiento.

En ese sentido, aquí vamos a utilizar el concepto *Paradigma Informativo* (Palao: 2004) porque contempla dos notas fundamentales: su carácter *paradigmático* e *inclusivo*. La

condición paradigmática de la información permite reflexionar sobre ésta ya no sólo desde su dimensión estructural sino que permite entender cómo determina lo que se presenta como posible y necesario en nuestra época las vertientes psíquica, perceptiva, vital, económica e intersubjetiva (Palao, 2004: 14-16). Así pues, el *Paradigma Informativo* «no implica tanto un discurso que se presenta hegemónico en relación a otros, sino que se erige como *campo único de enunciación* desde el cual se incorporan otros discursos en su espacio» (García Catalán, 2010: 3).

De esta incorporación de los saberes que no se presentan en primera instancia como informativos, se deriva la *dimensión inclusiva* del paradigma que asienta y prosigue el proyecto consensual de la modernidad. Éste ha sido confinado en exclusiva a la conformación de una mayoría que lo sancione, electorado o audiencia subsumidos en la categoría de *opinión pública*, de *doxa*. El escepticismo y el relativismo han acabado informatizados, objetivizados: son competencia del aparato jurídico y jamás han de ser sostenidos por el sujeto que puede ser todo lo parcial que quiera amparado en la libertad de opinión.

Ello no quita que esta *doxa* implique valores incuestionables en nuestra época como la condena del terrorismo o la violencia de género. Y que precisamente éstos sean utilizados en la confrontación política como arma arrojada para condenar al oponente al ostracismo insinuando su falta de respeto hacia ellos. La opinión pública espera que a las manifestaciones en condena de la violencia acudan representantes de todos los partidos políticos sin posicionarse en torno a sus diferencias políticas y sin utilizar estos hechos en la trama de su argumentación. Para el *Paradigma Informativo* el discurso de la no-violencia no admite divergencias y, a su vez, hace de ello noticia de primer orden en su discurso, sobre el horizonte de una sociedad reconciliada en el juego democrático.

Además, no podemos olvidar que el saber informativo no sólo es un vehículo de la realidad— el que la acerca a través de la televisión a nuestros hogares— sino el único acceso a ésta. Por ello, si bien participamos de la opinión de Casero, para quien la mediación simbólica es un «proceso que permite a los individuos, a los ciudadanos, participar de la realidad informativa y mediante el recurso a la misma, ampliar su espectro de experiencias y conocimientos sociales» (2008: 102), matizamos que la realidad informativa no se presenta como recurso ni como posibilidad sino, insistimos *como único campo de enunciación de los discursos*.

De este modo, la información opera homogeneizando —haciendo equivaler— lenguaje y mundo, tal y como si éste no necesitara de un sujeto que lo sostenga a través de las representaciones, es decir, que lo interprete. Esto indica que el paradigma informativo propone que hay una realidad, y que ésta además, lleva incorporado un consenso sobre el modo de habitarla.

3. Talk show, telerrealidad, telebasura.

Creemos haber explicitado en los párrafos anteriores cuáles son los ejes básicos entre los que se despliega la ideología de la comunicación. Toca ahora ir acercándonos a nuestro objeto de investigación: la tertulia política en la TDT y su posible equiparación a lo que se ha dado en llamar la *telebasura*. Como explica Manuel Palacio (2007), el término traduce el inglés americano *TV Trash*, que empezó a usarse en Estados Unidos en los años 80 y llegó en los 90 a España. Ahora bien, como sanciona el propio Palacio «la delimitación de lo que abarca este tipo de programas es muy laxa» (2007). En efecto, hay *telebasura* que no lleva esa etiqueta por pura inconsistencia de la opinión pública, esa opinión pública que es sacralizada, cortejada y supuestamente incluida en estos programas que, como iremos viendo, cada vez

más están basados en el molde del *talk show*. De hecho, la mayor parte de las descripciones —más que definiciones— de esta categoría de televisión proceden de los manifiestos que distintas asociaciones publican contra ellos⁴ y son definiciones contenidísticas —mal gusto, espectacularización, etcétera—, no estructurales. De igual modo, la posición de las audiencias —de la opinión pública— tampoco está nada clara para los investigadores. Desde posiciones como la Couldry y Markham (2007), que ven en la cultura de la celebridad un forma de acceso de las clases populares a la participación política, hasta los ya citados Martínez, Juanatey y Orosa (2007), que analizan el fenómeno desde el punto de vista de la teoría de la *espiral del silencio* de Noelle-Neumann.

Sin embargo, los que utilizamos el *análisis textual* como método de investigación partimos del axioma de que hay algo en la forma que orienta indeleblemente el sentido. Y ello comenzando por las condiciones de enunciación. Ya hemos hablado del *Paradigma Informativo como campo único de enunciación*, caracterizado por su imperialismo epistémico, que implica la idea de que cualquier conocimiento o saber puede ser reducido sin resto alguno a su componente informativo. Ahora bien, en otro lugar (Palao: 2009) hemos postulado que este *Paradigma Informativo* se escande en el tiempo en dos *Modelos de Representación*, término éste muy caro a los practicantes del análisis fílmico: el *Modelo Difusión* y el *Modelo Reticular*. El primero es aquel en el que la televisión generalista era la industria cultural hegemónica y no se veía necesitada de negociar con otros medios, es decir, aquel en el que la televisión alojaba principalmente la voz de las instituciones y grandes corporaciones. Todo este modelo dará paso al *Modelo Reticular* originado con la aparición de Internet y, en general, con el desarrollo las nuevas tecnologías. Éstas abren un espacio de interacción donde las audiencias se convierten en usuarios y pueden establecer relaciones intersubjetivas trascendiendo aquellas que se proponen desde los *media* tradicionales. Ello no significa que haya habido un desplazamiento de uno por otro, sino que ambos han tenido que luchar por adaptarse a su mutua presencia. Como dice Mariano Cebrián Herreros,

el nacimiento de una modalidad no eclipsa a la anterior, sino que se produce un proceso de acumulación, de ajustes, de nueva competitividad. Cada modelo trata de potenciar sus fundamentos y sus vinculaciones con la sociedad. No se quiere perder presencia. [...] Aparecen ciertas tendencias, pero inmediatamente se aprecia cómo cada sistema se reajusta, busca su lugar en la competencia multimediática y establece nuevas relaciones con su audiencia. Cada modelo potencia al máximo lo que le es más propio, ensancha sus capacidades y se resiste a desaparecer (2004: 45).

Pues bien, el espectáculo de la realidad, al fusionarse con la crónica rosa y la cultura de la celebridad, ha producido una serie de mutaciones en su despliegue discursivo, precisamente como efecto de la aparición de los medios reticulares que lo distancian claramente de la *telerrealidad* de los años 90 (Palao, 2009). La principal de ellas es haber constituido un conglomerado multimedia (Cebrián Herreros, 2003), cuyo mejor ejemplo son los *talent shows*, que no sólo evita la fuga de beneficios —múltiples programas interconectados a través de la propia cadena, páginas web, sms, Twitter, Facebook, medios impresos, industria musical, etcétera— sino que, precisamente, este conglomerado diseña un *espacio cerrado* que protege y excluye al espectador de cualquier peligro de contaminación de lo que pasa en

⁴ Martínez, Juanatey y Orosa (2007) se hacen eco de las de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (“Manifiesto contra la telebasura”) y de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (“Aproximación a la Telebasura”),

pantalla. A la vez, todo esto acaba poniendo en escena un *circo*, en sentido literal, donde los nuevos famosos que se van generando a través de los programas de telerrealidad —con *Gran Hermano* como pionero en esta estrategia— acaban entrando en la *celebrity culture* y pueden ser objeto de escarnio y ataque, previo pago, sin que sufra en principio la sensibilidad del espectador: además de nombres como Belén Esteban⁵, muy paradigmáticos, van encontrado acomodo en la *telebasura* concursantes de *Gran Hermano* y similares.

Pero, ¿cómo encuentran ese acomodo? Por un lado, *entrando y enganando* a las audiencias desde lo eternamente *noticiable* —*affairs* amorosos, bodas, bautizos, comuniones, rupturas, etcétera— que la propia telebasura genera —puro artificio— y gestiona de forma exclusiva al margen de las agendas noticiosas generalistas —aunque en algunos casos se cruzan como demostró la aparición de la *noticia* de la operación estética de Belén Esteban en Informativos Telecinco—. Ahora bien, la presencia de estos rostros populares es eventual y esporádica a pesar de la frecuencia que pueda alcanzar —la insistencia o la repetición no construye ninguna linealidad temporal narrativa—. Por ello, la telebasura tendrá que simular la continuidad —que garantice, a su vez, la estricta continuidad televisiva— simulando un eterno momento nuclear de su discurso —siempre anunciado pero nunca consumado— del estilo de la telenovela⁶ y, en general, de lo melodramático. Pero, por otro lado, un lugar natural del espécimen “telerrealizado” es precisamente su intervención televisiva como *tertuliano* en este tipo de contenidos que, aunque su trayectoria viene de largo, están cada vez más adaptados al molde de *talk show* y del pseudodebate, cuanto más ruidoso y vocinglero mejor. De hecho, en todos estos programas las mesas de debate se han convertido en el auténtico núcleo del espectáculo y del pseudorrelato. Y si la *tertulia* como género ha acabado degenerando en el *talk show* como espectáculo, éste no ha dejado de contaminar a la primera, y no sólo en las formas y los modos de los contertulios. De hecho, la composición de los platós en ambos, con las mesas de debate divididas en bandos enfrentados simétricamente y separados por el presentador, con un espacio específico para las entrevistas a invitados —rasgo este procedente del magazine tradicional, la división de la pantalla para no tener que depender de la dialéctica plano-contraplano, etcétera— son un claro indicio de la hibridación absoluta de ambos formatos.

4. Tertulia y telebasura, el caso de *El gato al agua*.

Según lo antedicho, vamos a proceder ahora a un análisis de ciertos rasgos formales, tanto en la *puesta en escena* como en el *aparato enunciativo* que, como intentaremos demostrar, comparten la *telebasura oficial* con las tertulias de los canales digitales que no están en principio clasificados como generalistas, aunque como hemos visto las fronteras en contenidos y audiencias son cada vez más difusas y prácticamente el único criterio de diferenciación es el *share* —las cadenas generalistas tienen una audiencia mucho mayor—, y la historia —las generalistas tienen un origen analógico y, lógicamente, un recorrido mucho más largo—, que redundando en los medios y presupuestos de unas y otras.

Es opinión general que la cadena que más *telebasura* emite en la actualidad, y con mayor audiencia, es Telecinco. El núcleo de su conglomerado mediático es el programa *Sálvame*, tanto en su versión diaria, que toma la forma de una tertulia a gritos de cuatro horas, como en su versión *De Luxe*, que tiene un formato más cercano al *magazine*. Diríamos que *Sálvame* es el gran generador de la agenda y los demás (*Enemigos íntimos*, *Supervivientes*, *La Noria*,

⁵ Vid. para este caso el trabajo de Lamuedra Graván (2005)

⁶ Vid. Palao, 1989 y Lamuedra.

Vuélveme loca) le acompañan, comentan y recrean sus contenidos, siendo *La Noria* el más independiente y asumiendo *Vuélveme Loca* la forma de otro género digital que se ha hibridado con múltiples formatos audiovisuales: el *making of*.

En cuanto a la *tertulia política*, como formato, tiene un claro origen radiofónico, que permanece patente en su estructura y puesta en escena: tanto *El gato al agua*, como prácticamente todos los programas de la cadena *Libertad Digital TV*, consisten en la retransmisión de programas radiofónicos en directo. Evidentemente las tertulias⁷ como arma política proliferan en muchas cadenas de televisión autonómicas —Canal 9, Telemadrid, etcétera— como en las digitales nacionales —La 7, Veo Televisión— y, a su vez, en las televisiones generalistas, normalmente enmarcadas dentro de programas de tipo *magazine*, con los tertulianos intercambiándose entre ellas y alternando con los periodistas del mundo rosa sin demasiados complejos. Nosotros vamos a fijar nuestra atención en *El gato al agua* porque nos parece el más representativo, sobre todo porque externamente —contenidísticamente— parece ser también el más alejado de la temática, los “profesionales” y los asuntos de la *telebasura* y la crónica rosa. Concretamente, y de una forma aleatoria, hemos elegido tres emisiones concretas para su análisis: los días 11, 12 y 13 de mayo de 2011⁸. Lo cual supone que los temas que vertebran la emisión son: El terremoto de Lorca, la legalización de Bildu y el apoyo que le mostró el etarra Errandonea y la aprobación de la ley de Muerte Digna.

El gato al agua es un programa de *Intereconomía televisión*, conglomerado mediático —con *Intereconomía Radio* y *La Gaceta*— de declarado acento conservador. En su página web —<http://www.intereconomia.com/programa/gato-al-agua>— se recoge la siguiente descripción del programa:

El gato al agua es una tertulia política interactiva, presentada y dirigida por Antonio Jiménez, que se emite simultáneamente en radio y en televisión. Los invitados que participan en el debate, se someten cada noche al examen de los oyentes y espectadores, que a través de sus mensajes y llamadas, deciden quién ha estado más acertado con sus argumentos. El gato al agua es un programa que mezcla el debate político, con la entrevista de personaje, así como las piezas de humor de la mano de Los Clones.

5. Estructura de la emisión.

El programa comienza con una especie de sumario sobre la actualidad del día. La pose del presentador es frontal, dirigiéndose siempre al espectador. La impresión que se da es que la actualidad está perfectamente archivada y disponible para la extracción de su verdad y, por lógica, se connota que las opiniones contrarias serían siempre mal intencionadas, puesto que la realidad es comprobable y compartida. Es decir, lo audiovisual se toma como un trasunto fidedigno y fiel de lo real que se transmite mediante datos que llevan adherida su interpretación. Una interpretación para una realidad consistente. Anotamos aquí un paralelismo con la crónica rosa y con la telerrealidad. Ambos tipos de programas se erigen — así lo entiende su formato— como *comentadores de lo oficial*⁹. A lo largo del día se suceden acontecimientos, ruedas de prensa, declaraciones públicas o *performances* de los *paparazzi*.

⁷ Gutiérrez Lozano (2005) recoge una mínima historia del género en España y una clasificación diferencial de los diversos formatos.

⁸ Lo cual no implica que no podamos hacer alguna alusión concreta a otras emisiones, si fuera necesario.

⁹ Conocida es la sátira de esta actitud en el programa *El intermedio* de La Sexta que comienza con la leyenda: "Ya han escuchado las noticias, ahora les contaremos la verdad".

que recogen medios informativos impresos o audiovisuales. Tras la versiones oficiales de los hechos y los tratamientos periodísticos presuntamente objetivos, las tertulias se proponen como el espacio de la opinión y la crítica.

Tras esto, viene la primera *simulación de interactividad* que en *El gato al agua* lleva el nombre de “Gatómetro”. Se trata de una encuesta equiparable, en principio, a las que ponen en marcha todos los medios de comunicación en sus páginas web. Y sabemos, sobradamente, que estas encuestas no científicas —ni siquiera rigurosas o metódicas— son uno de los lugares en los que la *tendenciosidad* política más fácilmente se aloja, puesto que todos los *media* formulan las preguntas del modo que se van a garantizar el apoyo a su opción por parte de su feligresía, a la que de paso le hacen sentirse mayoría y, de este modo, la fidelizan. En el *El gato al agua*, es sencilla y llanamente exagerado. En nuestros tres programas de referencia las preguntas son las siguientes:

- 11-05-11: *¿Miente Zapatero?* Se refiere a unas declaraciones en un mitin en las que Zapatero afirma no haber hecho recortes sociales en su mandato. Ni que decir tiene, que el presentador Antonio Jiménez ha llamado a zetapé (sic) reiteradamente mentiroso y su imagen ha aparecido en la subpantalla (vid. más abajo) en la que el logo de *Intereconomía* —toro de lidia— y el de *El gato al agua* —un gato callejero— han enmarcado continuamente a Zapatero y al logo del PSOE.

- 12-05-11: *¿Es usted un bellaco?* Se retoman las imágenes del día anterior en las que Zapatero había dicho que «mentía como un bellaco» quien afirmara que había hecho recortes sociales. La respuesta que se espera mayoritaria es el sí, pero evidentemente la pregunta está formulada de manera muy torpe, por lo que Antonio Jiménez se ve en la obligación de matizarla y reformularla varias veces a lo largo del programa. Antes de la encuesta se han presentado declaraciones de María Dolores de Cospedal (grabadas) y de Ignacio Gil Lázaro (en plató) reafirmando los recortes de Zapatero.

- 13-05-11: *¿Era necesaria una ley de Muerte Digna y cuidados paliativos?* El tema estrella del programa es esta ley, a la que se reputa de ser una pura estrategia de dispersión por parte del Gobierno para fidelizar a su electorado “más radical”, en medio de la crisis económica y la campaña electoral.

Evidentemente, siempre gana la opción apoyada por el programa —sí, en los dos primeros casos; no, en el tercero— con aproximadamente un 70% de los votos. Pero ésta no es la única forma de incluir al espectador en la representación. Los “gatoadictos”, que según el programa son legión pese a las artimañas de los que miden los índices de audiencias, no paran de intervenir a través de Twitter y de los sms, procedimiento, éste sí, típico de los programas rosas y de la *telebasura* en general. Como en éstos, los contenidos, debidamente filtrados por la redacción, aparecen en una banda inferior que comparte el encuadre con otras dos subpantallas, del plató, de las conexiones exteriores en directo o de las imágenes de archivo.

Tras el “Gatómetro”, que tiene su propio subespacio en el plató con una locutora encargada de gestionar y resumir para el público todas estas manifestaciones interactivas al margen de la mesa de la tertulia, normalmente por medio de un corte, pasamos a una panorámica que nos muestra por primera vez un plano general del plató mostrando a los tertulianos. Hay una nómina de tertulianos fija¹⁰ a la que se van sumando algunos más o menos frecuentes. Pero,

¹⁰ Es la que aparece en la web del programa.

mientras en las televisiones generalistas e incluso en los programas rosas se guardan al menos ciertas apariencias de proporcionalidad y representatividad de las distintas posturas, en las tertulias políticas digitales cada intervención de los tertulianos y el presentador van sumándose unas a otras *in crescendo* creando un clima entre la distensión y crispación con una diferencia clave, hay más divergencia de opiniones en los programas rosas que en las políticas de la TDT. En los primeros se da un continuo y tenso enfrentamiento entre tertulianos mientras en los segundos el tono del discurso es cada vez más homogéneo. El debate edifica su polémica sobre un enfrentamiento contra los del partido contrincante, que jamás aspira al consenso general. Es significativo que en una época donde la información y la comunicación deberían tender a un horizonte consensual, el debate político huya del consenso y se instale en la confrontación sorda, pero con el agravante en el caso que nos ocupa de que el adversario está siempre mudo en *fuera de campo* —y, por ello, más sospechoso si cabe—. De hecho, como mucho, y en algún caso, de una mesa de siete contertulios sólo hay uno que disienta de la opinión mayoritaria de la mesa, que queda reputada de “sentido común” y representación legítima de la opinión pública española. A ello contribuye, no poco, el que *El gato al agua* haya reclutado entre sus tertulianos a exsocialistas resentidos como Pablo Castellanos y Cristina Alberdi. La contención de los formatos más *serios* parece desbordarse en estas tertulias que construyen su entretenimiento con el comentario y la exageración hasta la hipérbole. También se muestra una gran capacidad de cambiar rápidamente de registro y de tono. En *El gato al agua* se abordan las muertes de Lorca y acto seguido una crítica feroz al presidente del Gobierno, Jose Luis Rodríguez Zapatero, con el inevitable resultado de una contaminación de ambos temas por su “montaje yuxtapuesto”.

De hecho, hasta la publicidad, escandida en la estructura de la emisión, cumple su función de coadyuvante del mensaje ideológico homogéneo. La publicidad de los intermedios es similar en todos los aspectos a la de cualquier cadena generalista, con lo que se refuerza la idea de programa para grandes audiencias que quiere transmitir *El gato al agua*. Pero los productos publicitados por Antonio Jiménez, tienen su matiz aparte. Por un lado, consecuentemente con su cariz neoliberal, la disciplina y reverencia con la que los contertulios interrumpen cualquiera de sus intervenciones ante el aviso de que se va a dar paso a un mensaje publicitario es proverbial. Entre los productos que se publicitan están varios fármacos vigorizantes, pero hay uno especialmente emblemático de la ideología del programa: un detector de radares de tráfico, que se reputa de perfectamente “homologado y legal”. Para entender el gesto perverso del anuncio de este producto en la textura enunciativa de *El gato al agua* resulta clave recordar, primero, que uno de los logros más difíciles de cuestionar de las administraciones de Zapatero es la reducción del número de accidentes de tráfico y, segundo, que la derecha no deja de imputar a los gobiernos socialistas su talante intervencionista y prohibicionista.

6. Cuestiones de enunciación: la tendenciosidad cómplice.

Probablemente el indicio más probatorio del parentesco discursivo entre *El gato al agua* y la *telebasura* sean los rasgos enunciativos que comparten. Comenzando por el presentador, que ofrece su semblante al programa. En la crónica rosa nos solemos encontrar un presentador que, aparentando cierta neutralidad y erigiéndose como maestro de ceremonias, orquesta el *talk show* al estilo de los conductores de los debates y las tertulias en la televisión generalista. La coartada moral informativa toma la forma tan anglosajona y políticamente correcta del *then yoy decide*. Sin embargo, cuando el *talk* se contamina de *reality*, el presentador adopta su función de dirigir el debate en cuestión pero *también opina*. Incluso, apoya su discurso a través de sus experiencias personales, tal y como lo hacen los colaboradores. Esa

manifestación subjetiva se propone como un intento del discurso televisivo de, en un gesto cómplice, compartir experiencias con sus espectadores. Los ejemplos más notorios en el espacio mediático español, tal vez sean Mercedes Milá (*Gran Hermano*) y Jorge Javier Vázquez (*Sálvame*). Antonio Jiménez pertenece a esta categoría. El presentador no sólo opina sino que, además, se permite la ironía. De hecho, los tres presentadores antecitados la arrojan hasta sobre el equipo de su programa, algo que revierte aún más sobre la espectacularización de los contenidos: no sólo los tertulianos se gritan hasta no entender palabra y el presentador tiende a confundirse con ellos sino que el escándalo amenaza al propio equipo técnico, responsables del artefacto, vehículo directo entre espectador y circo. Concretamente, Antonio Jiménez trataba de dar paso a las imágenes de la caída de una campana de un campanario en Lorca, pero al ver que no aparecían en pantalla dijo: “¿no tenemos ese momento? Pues entonces no tenemos nada, amigos. Está en todos los lados pero aquí está claro que no hemos tenido la posibilidad de captarlo”. Esta directa a su equipo supone, además, un acto de *metalenguaje* clave en estos programas. No importa señalar el desvelamiento del artificio, es más, hacerlo contribuye a su supuesta transparencia, connatural a la realidad. En ambos tipos de tertulias el presentador en ocasiones mira a cámara hablando directamente al espectador, como si ésta le estuviera viendo. Esto responde a la lógica televisiva del *contracampo habitado*. De esta manera se crea una complicidad con la audiencia, los *gatoadictos*, que refuerza la sensación de homogeneidad ideológica. Y, además, reviste la consideración del plató como campo de enunciación privilegiado donde emitir los juicios, por ello tertulianos y presentador animan a los famosos a *entrar* por teléfono y anunciar o *denunciar* en directo a sus enemigos, y las tertulias políticas invitan a los afectados de cualquier catástrofe, por ejemplo, a hacer declaraciones para dejar una suerte de constancia pública. El espacio televisivo ya no es sólo trasunto sino rúbrica de la realidad.

La forma más palmaria de fidelizar al espectador de la telebasura es la constante *autorreferencialidad*, no sólo del programa sobre sí mismo, sino de unos programas de la cadena a otros: cuando un *reality* está en marcha, por ejemplo, tiene a todos los programas de su canal a su servicio. En *El gato al agua* esta *autorreferencialidad* es constante, como ejemplifica un SMS en pantalla: “*mientras el pueblo llora los muertos del terremoto, las tv emitiendo prog basura. Sois los únicos en mantener esa información*” (11-05-11). Como vemos, es esencial la conciencia del espectador de Intereconomía de que ellos no son telebasura.

Otro caso: el 12-05-11, en una conexión con Lorca se representa una *mise en abîme* sin que ello sea tematizado por el locutor, de hecho suena su voz en off mientras vemos el plano: se trata de un interior del puesto de mando de la Unidad Militar de Emergencia desplegada en la zona, en la que se ve un televisor encendido en el que se ve claramente la emisión de Intereconomía, con lo cual se da un efecto túnel. Evidentemente, puede ser una *mise en abîme* falsa, es decir, no en directo, porque la voz en directo no está representada sobre la imagen del corresponsal.

Otra de las formas de autorreferencia, en fin, es lo que podríamos denominar *intermedialidad reticular*, impensable en el momento en el que el *Modelo Difusión* disfrutaba de su máximo esplendor, es decir, alusiones a otras cadenas, tan típicas de la *crónica rosa*, como hibridación del llamado "Celebrity Spoof Show". Conocidos son los rifirrafes de *Intereconomía* tanto con Telecinco (*La noria*, vid: <http://www.intereconomia.com/video/gato-al-agua/xavier-horcajo-explica-lo-ocurrido-noria-gato-al-agua-video-20110217>) como con La Sexta (*El intermedio*).

En definitiva, el punto de máxima identificación entre *enunciador* y *enunciatario* en *El gato al agua*, se da en una *tendenciosidad* política que no se pretende ocultar en absoluto —de

hecho, esta es una de las consecuencias obscenas de la pretendida *realidad transparente*— y que se protege bajo los valores del *derecho a la información* y *la libertad de opinión*, es decir, los mismos valores democráticos, convertidos tótems, en los que se ampara la *telebasura* junto con la *libertad de elección* y la madurez de la audiencia. Es decir, que la moral democrática —discursiva— estándar se constituye en el principal pilar en que pretende sostenerse la telebasura. La comunidad ilimitada de argumentantes de Habermas y Apel queda severamente limitada sobre la frágil idea que los contertulios representan cumplidamente a la opinión pública, equiparada a su audiencia. De hecho, el eslogan de Intereconomía no es otro que “orgullosos de ser de derechas”.

Como ya hemos adelantado, el nivel de desacuerdo entre los contertulios de *El gato al Agua* es siempre mínimo. La competición es a ver quién ataca mejor a la izquierda, porque no hay discusión sino una competición a ver quién gana el debate cuyas intervenciones son continuos varapalos al PSOE sin ningún prurito de atender al pluralismo y la imparcialidad enunciativa. Por el contrario, en los contenidos rosas la polémica se extiende hasta entre los canales que, aun en fuera de campo por ese hábito televisivo de nunca nombrar a la competencia, que toman una postura enunciativa que espera, de nuevo, aunarse con la identificación del espectador. Por ejemplo, Telecinco se alinea con Belén Esteban y Antena 3 con Maria José Campanario, la actual mujer de la expareja de la primera —este entuerto explicativo es inevitable cuando hablamos de la telebasura—.

Es fundamental recordar que el semblante pluralista es una exigencia fundamental a los medios en el *Modelo Difusión* —y de cualquier instrumento democrático— que parece innecesario en el *Modelo Reticular*, dado que éste da la palabra a los espectadores a través de múltiples canales de interactividad. Dos breves ejemplos nos darán buena idea de lo que queremos decir:

El día 13 de mayo, uno de los contertulios, Federico Quevedo, alerta de un posible anuncio de pacto entre Bildu y Nafarroa Bai al que podría sumarse el PSOE. No ocultan su preocupación por el buen resultado de Bildu en las encuestas, es decir, su miedo político va más allá de cualquier consideración jurídica o moral sobre su legalización.

Pero un caso aún más flagrante fue el día anterior. Se comenta que varios líderes políticos han visitado Lorca pese a estar en plena campaña electoral. Entre ellos Chacón, Rubalcaba —aún ambos posibles candidatos a las primarias del PSOE— y Rajoy. Entre los afectados entrevistados en directo, uno critica que Rajoy estuviera sólo cinco minutos y se fuera. Pues bien, el *leitmotiv* de todo el resto del programa es una defensa de Rajoy por todos los contertulios, que incluso llega a tener que hablar bien de Rubalcaba y Chacón, dado que hicieron lo mismo; y una lucha encarnizada por desacreditar el testimonio del damnificado, al que se acusa, basándose en mensajes vía Twitter, de haber estado pasándose por todas las televisiones repitiendo lo mismo. Vidal Quadras llega a motejarlo de “*afectado activista*”.

7. La referencia: contexto, enunciado y agenda.

Ya hemos avanzado que uno de los rasgos esenciales de la *telebasura* era la creación de una agenda artificial —permítannos la redundancia en la medida en que todo tipo de agenda pública es efecto de artificio—, por medio del pago de exclusivas sobre la intimidad de sus protagonistas —*sujetos del enunciado* mediático—, aspecto que tenía, además, la ventaja de proteger al espectador, el cual siempre se puede sentir ajeno y distanciado de ese mundo, sin

ningún riesgo de ser contaminado por él¹¹. Ahora bien, vivimos en la época del *Infoentretenimiento* —que sería imposible sin esa condición, pues el espectador no podría “entretenerse” si se sintiera concernido y responsabilizado por el universo informativo de modo singular— y de las *hibridaciones* discursivas que tornan muy difusas las fronteras entre géneros y formatos audiovisuales y propician migraciones y préstamos constantes entre unos y otros. Es bastante evidente que la información política se ha contaminado de estos modos periodísticos, lo que convierte su espacio referencial en un mundo cerrado del que el espectador no se siente en absoluto responsable y visibiliza su agenda como un mundo ajeno y arbitrario. Y ello pese a la *simulación de interactividad* que propician tanto la prensa digital como las tertulias televisivas. Estas tertulias rosas y políticas proponen el plató, como hemos comentado, como enclave al que acude el mundo a través de conexiones directas con los afectados, entrevistas con especialistas, etcétera, e incluso la opinión de los espectadores a tiempo real a través de sms, Twitter, llamadas telefónicas y encuestas. No obstante, se erigen como circuito que prolonga *ad infinitum* su debate y que permite el *denuesto continuo del sujeto del enunciado*.

En ese espacio acotado de la telebasura, y, en concreto, en *El Gato al Agua*, los políticos de izquierda y muy particularmente el PSOE conforman el blanco de los ataques, convocados a formar parte de un circo clausurado o de una batalla perdida de antemano. Como un famoso que comerciara con su intimidad, el político profesional progresista, y por antonomasia el socialista, es continuamente reputado de gozar ilegítimamente de su posición. El PSOE es culpable del 15M, de la legalización de Bildu, de la crisis económica, de no convocar unas elecciones que perdería seguro, etcétera. Ello transmite la impresión de vivir en una *crisis política* constante (Vid. Casero, 2009), con su componente de espectacularidad y autorreferencialidad, que simulan una simulación de nuclearidad constante en el relato político sobre la base narrativa del *melodrama* y de la *soap opera* —Vid. Lamuedra (2005) y Palao (1989)—.

De tal modo, los juicios se sostienen sobre la idea de que siempre hay alguien responsable de los hechos y la televisión tiene el deber de señalar y hacer un juicio público. Y este juicio toma un tono de exabrupto. Cuando a alguien se le califica de algo siempre es de forma superlativa, como en el caso de los *reality shows*. En el caso de *El gato al agua* (11/05/11) se declara «*mañana 12 de mayo se cumple un año del mayor zarpazo dado de golpe por Zapatero al estado de bienestar que es España*». Además, a Zapatero se le suele calificar de “*perturbado*”, “*estar fuera de sí*”, de ser un “*manifiesto incompetente*”, un “*fracasado*”, entre otras muchas cosas. De él también se dice que “*ha pinchado*”, que con él “*estamos perdidos*”. Además, las imágenes o los cortes de vídeo que se emiten sobre él —o cualquiera de sus colaboradores— siempre son los que parecen retratarle según los adjetivos que le otorga el programa. Buscan la declaración más desafortunada, el gesto menos favorecedor sobre estos se sostiene y caricaturiza el discurso. A cuenta de la Ley de Muerte Digna, el contertulio Pedro-Juan Viladrich no deja de descalificar a la ministra de Sanidad, Leire Pajín con un subtexto que apunta a que los socialistas son unos indocumentados que no están preparados para legislar. Esta prepotencia es muy típica de la *telebasura*: el *sujeto del enunciado* —el invitado, el que cobra, el que ha entrado en el circuito infame del famoseo— es sistemáticamente descalificado como *sujeto de la enunciación*. Si decíamos que las tertulias televisivas sostienen que siempre hay un responsable de los hechos, es fundamental sumar a esta consideración imaginaria que el responsable de los hechos siempre *miente* —recordemos que el *popular* “Gatómetro” preguntaba a los espectadores precisamente sobre mentiras de

¹¹ Ésta es la gran diferencia entre la telerealidad de los 90 y la del siglo XXI (Vid. Palao, 2009).

Zapatero—.

No deja de resultar irónico el hecho de que en el programa de *El gato al agua* del 11 de mayo de 2011 se opine sobre la crispación en las campañas electorales. Hacen una enumeración de insultos o tonos agresivos siempre de campañas del PSOE y agresiones a campañas del PP. Se entrevista a David Pérez, candidato del PP a Alcorcón que ha aparecido en un cartel con una pistola apuntándole a la cabeza. Aparece en la subpantalla una imagen del cartel: es un cartel del PP ¡rectificado a mano!, es decir, una simple gamberrada callejera de la que es imposible determinar al responsable. En realidad monta un mitin anti-psoe: lo del cartel, claramente, ha sido una excusa para dejar hacer campaña a un candidato del PP. Se traen declaraciones de radio del candidato socialista por Jaén diciendo que habría que “*matar a hostias al candidato popular*”. La colaboradora Esther Jaén manifestó que era una cuestión general en la política actual, por lo que el PP tampoco respeta siempre al PSOE. En ese momento, el presentador trata de quitarle importancia a la cuestión y cambia de tema —además de que el programa continua mostrándose *crispado* con el PSOE de tal manera que una colaboradora tachará a Zapatero de “tontiloco”. Esto señala que el programa no sólo aborta cualquier contrarréplica sino que impide el matiz u otro tipo de opinión, en definitiva, por el discurso tomado en su complejidad al que no le interesa la narrativa política sino la insistencia en la política como conflicto sin solución dialéctica. En todo caso, la solución la tiene el electorado confundido con la opinión pública —que en esta época, según todas las encuestas publicadas, dará la victoria al PP—.

Lo importante es mantener viva y actual una noticia; cuando perjudica al PSOE, ésta no debe apagarse. De este modo, la tertulia política actúa de igual modo que las tertulias rosas, las cuales perpetúan su discurso sobre el universo del simulacro, el falso testimonio o la falsa noticia. De tal manera, que otro de los argumentos habituales de *El gato al agua* es la existencia de una *agenda oculta* del PSOE, que le convierte en el gran responsable de cualquier acontecimiento político que pueda ir en contra del ideario radicalmente españolista, católico y neoliberal de *Intereconomía*. Y con ello, lo que sale reforzado ante todo es el bipartidismo: el enemigo es el PSOE y sindicatos, nacionalistas periféricos, asociaciones progresistas, antisistemas, etc. no son más que sus meros apéndices. En pleno “debate” acusatorio sobre la legalización de Bildu (13-05), el contertulio Fernando Paz asevera sin el menor temblor de voz que “*el PSOE cuenta con la izquierda abertzale para formar una nueva mayoría social*” y comparte filosofía con ella en numerosos supuestos. Con lo que el tribunal constitucional le ha hecho el trabajo sucio al PSOE con la legalización.

Como dice Josep Maria Català:

Acostumbramos a dar por sentado que los personajes públicos (que lo son a través del ámbito mediático), desde los políticos a los *famosos*, dicen una cosa ante las cámaras y otra cuando éstas no se encuentran delante. Es un defecto de nuestra fibra moral, defecto de no escasa envergadura, el que hayamos llegado a aceptar como corriente algo que no es otra cosa que un fraude, pero el problema no es de los medios, aunque ellos se aprovechen de la circunstancia. Gracias a esta proverbial duplicidad es posible crear una determinada expectación morbosa ante el hecho de que se pueda tener constancia de ese lado “verdadero” de un personaje público, un aspecto de esos personajes al que supuestamente las cámaras nunca podrán tener acceso, precisamente porque su presencia produce la doble verdad de la que estamos hablando. Pero ahora, hete aquí que la televisión, después de haber ofrecido al público la falsedad de los famosos, le pretende vender su verdad (Català, 2005: 51).

8. La puesta en escena: el plató y la pantalla.

Como veíamos, la historia del discurso televisivo ha convertido al *plató* en el punto de convergencia de los acontecimientos del mundo. Los corresponsales en el lugar de los hechos y los afectados o testigos intervienen en directo, los especialistas acuden al plató para ser entrevistados, etc. El plató se propone como centro de la emisión, plaza pública donde fluyen en directo las experiencias sobre el mundo. En coherencia con el *cine clásico* y con el encuadre en perspectiva, que es su origen genealógico, la pantalla televisiva en el *Modelo Difusión* era una pantalla unificadora, reveladora del mundo, a cuyo servicio se ponía el dispositivo de edición y realización que le otorgaba un semblante de coherencia narrativa. En definitiva, el juego del encuadre se proponía como un gesto de la enunciación que señala la convergencia de todos los flujos informativos en la pantalla de televisión, que subraya su misión de mostrar y arrojar un orden informativo sobre el mundo.

Ahora bien, en lo que hemos llamado *Modelo Reticular*, como Modelo de Representación propio del espectáculo audiovisual donde el modelo radial de las industrias culturales ha quedado contaminado por la imagen compleja y fragmentada que representa la *interfaz informática* (Catalá, 2005), la cuestión varía sustancialmente. La interactividad reticular tiene su plástica propia y por definición, la pantalla televisiva se fragmenta en una *mise en abîme* continua que tiene por objeto reforzar una pantalla marco que debe ser aún más potente en su intento de reintegrar cualquier resquicio de un *fuera de campo* que se reputa como lugar de la mentira y de la ocultación, incluido el *contracampo* en el que el espectador está a salvo, pero desde el que en la interactividad simulada puede ejercer su poder.

Otro rasgo discursivo de la televisión clásica, de lo que hemos llamado *Modelo Difusión* es que, aunque el mundo fluye en la televisión, se detiene como cualquier espectáculo burgués cuando el espectador no puede verlo. En el plano formal parece anotarse que nada ocurre en la televisión durante la publicidad. *El gato al agua*, se reviste de este semblante de televisión informativa clásica: cuando dan paso a los anuncios la cámara se aleja de los personajes acudiendo a una mesa donde se inscribe el logotipo del programa, detalle que se retoma al volver, como si durante la publicidad el discurso quedara congeladamente suspendido.

Pero la telerrealidad ya vampirizó los intersticios de la emisión. En los *programas del corazón* como *Sálvame diario* las disputas entre colaboradores alcanzan tal magnitud que en ocasiones sí se manifiesta que algo ha pasado durante la publicidad. El discurso soluciona la ausencia del espectador bien relatándolo bien mostrando lo que ha pasado porque una cámara auxiliar lo ha captado. De hecho, en este programa es esencial lo ocurrido entre bambalinas, de modo que el programa se propone incluso como un making of de sí mismo trascendiendo los límites del espacio de la representación.

De tal modo, a imitación de las páginas web, por su especificidad reticular, tanto las tertulias políticas como las rosas se construyen a través de un juego de encuadres en *mise en abîme* que hace semblante de hipertexto. Éste se genera para poder mostrar al mismo tiempo al presentador o el tertuliano y la persona entrevistada o las imágenes sobre las que se está debatiendo. Permite así, en muchas ocasiones, alinear el plano y su contraplano para que nada quede fuera de campo. Pero no sólo. Es habitual en ambos tipos de programa, que cuando se está tratando algún tema en el debate, en una pantalla de fondo aparezcan imágenes recuperadas del flujo informativo en las que aparecen tomas relativas y relevantes del tema. La *intermedialidad* se pone así en acto en el propio discurso. Si bien en los programas del corazón es típico que haya imágenes relacionadas con el discurso en directo de modo referencial —por ejemplo, imágenes del propio sujeto del enunciado tomadas por *paparazzi* o

reporteros callejeros—, *El gato al agua*, que carece de estos recursos de producción, suele utilizar imágenes genéricas con lo cual refuerza su papel de comentarista de la agenda política y social oficial. Y, además, ello le permite hacer un uso metafórico —es decir, orientado ideológicamente— de esas mismas imágenes.

Así, cuando se entrevista a Yolanda Barcina, candidata de UPN (y alcaldesa actual) criticando la legalización de Bildu vemos simpatizantes de la candidatura abertzale acosándola o reventando sus actos electorales (13-05-11). Cuando se critica la ley de Muerte Digna con el argumento de que la Organización Médica Colegial ha sancionado su innecesidad, se muestran imágenes de médicos y del entorno sanitario que, supuestamente, ha desautorizado a la ministra (13-05-11). O cuando se entrevistaba al candidato del PP por Alcorcón y se criticaba la crispación provocada por los socialistas en la campaña electoral, la pantalla-archivo se llenaba de intervenciones de jóvenes antisistema con su reconocible atuendo habitual —rastas y demás— connotando que éstos están al servicio de o en connivencia con el PSOE (11-05-11).

En términos generales la disposición de la pantalla se establece así:

- La pantalla aparece unificada en una imagen sistemática en perspectiva: cuando Antonio Jiménez abre el programa; en planos generales del plató que muestran a todos a un grupo contiguo de contertulios; y cuando un contertulio toma el papel de orador en su semblante más didáctico.
- La pantalla se divide: cuando dos contertulios entran en debate mostrando en el mismo encuadre plano y contraplano; y cuando un contertulio o entrevistado habla y se le muestra en un reencuadre menor, mientras que en una subpantalla mayor a su derecha aparecen imágenes de archivo relativas al tema de su discurso.
- De forma casi constante, se produce en forma de una banda inferior una tercera división en la que se van dando informaciones escritas, casi siempre de origen interactivo cuando se da el resultado del “Gatómetro” “en tiempo real”, los teléfonos para interactuar con el programa y, sobre todo, sms, y mensajes de Twitter o a la página web de los espectadores del programa. Éstos no hacen más que reforzar la línea ideológica oficial y reafirmar la complicidad enunciativa y política entre la audiencia y el programa. También pueden aparecer noticias producidas en tiempo real “aún no archivadas”, con lo que se refuerza el efecto de directo y el cordón umbilical entre los tres espacios: *campo*, *fuera de campo* —mundo global— y *contracampo*.

Todos estos rasgos reticulares e interactivos los comparte *El gato al agua* con los programas de crónica rosa o telerrealidad emitidos, como el de *Intereconomía*, en directo.

9. Perversiones de la ética habermasiana y efectos de despolitización.

En estos momentos en los que hay una mutación en marcha en el *Paradigma Informativo*, en el que luchan y no cesan de reposicionarse dos grandes modelos de representación audiovisual de la realidad, el *Modelo Difusión* y el *Modelo Reticular*, con cada vez más dispositivos tecnológicos pugnando por representar el mundo y por vehicular los actos comunicativos, hay dos conceptos claves para el análisis de la comunicación social y política: la *hibridación* y la *modulación enunciativa*. Esto no hace sino complejizar al máximo el aforismo mcluhiano de que “el medio es el mensaje”. ¿Cómo pensar esto en la época de la *remediación* y de la *intermedialidad*?

De momento ya hemos visto que los medios tradicionales, con la televisión a la cabeza, han reaccionado creando un espacio cerrado y una agenda claustrofóbica, correlatos ambos de la profesionalización de la política, que lleva a la opinión pública a ser rehén del

comunicativismo convertido en ideología y confina a los ciudadanos en la categoría de la audiencia blindada y despótica, es decir, entregada y pasiva.

Como vemos, no es la política sino los *mass media* los que articulan el espacio político y el público, al mismo tiempo que confunden las fronteras entre lo público y lo privado. De hecho, no podemos olvidar que desde los derechos conseguidos en la Ilustración, la libertad de información y la de expresión, los medios de comunicación se erigieron como garantes de los principios democráticos. Y una de las consecuencias más determinantes de este hecho se traduce en que, actualmente, la política parlamentaria ha quedado relegada a la categoría de discurso molesto, de institución cuasi-prescindible.

De hecho, desde su origen, en el *Paradigma Informativo* se han producido efectos de separación entre poder y política, entre política y espacio público; y el propio lugar de la política ha desdibujado sus límites. Este proceso consiste, sobre todo, en una separación entre la acción política y su enunciación. Esto se produce y se precipita cuando la acción política organizada, para adecuar el discurso al receptor, se ha subsumido en las coordenadas del *Paradigma Informativo*, es decir, cuando se ha distanciado del su valor de palabra al convertirse en información. De este modo, la política, en la medida que convierte su discurso en un puro acto comunicativo, deja de entenderse en su sentido fuerte. Con este gesto excluye la figura de la enunciación responsable, aquella que presenta una visión sobre el mundo y, en definitiva, aquella que ofrece un el cauce de un proceso para la transformación del destino de los ciudadanos.

Así pues, ya no nos sorprendemos —aunque no debería dejar de sorprendernos— cuando nos encontramos con personas que manifiestan un desinterés por la política alegando que *todos los políticos son iguales*. Pues es la propia lógica informativa la que introduce en el discurso político el orden de la autorreferencialidad y de la repetición —de hecho, éstos son dos rasgos fundamentales del espectáculo— y pierde su capacidad reveladora y performativa, es decir, aquella capaz de prometer algo inédito o algo diferente. Otra cosa. De este modo, aunque una postura política pueda legitimarse a través de la comunicación. En definitiva, desde que lo político queda subordinado a lo comunicativo pierde el peso de la palabra y se vuelve profesión. Es decir, el discurso político ya no se entiende sino como una gestión efectiva de las relaciones públicas:

La política [...] ha quedado reducida a una profesión, es sólo una profesión desde el mismo momento en que los ciudadanos ya no saben ni pueden hacer la experiencia de engendrarla. Hasta nuevo aviso, no se sabe qué puede ser una política que aspire a otra cosa que a verse reducida al consenso y la aspiración al poder. Los efectos de su enunciación han sido arrebatos de antemano, especialmente por el espacio mediático, y el «lenguaje políticamente correcto». [...] No resulta entonces extraño que la política desde hace tiempo ya no pueda formular palabras nuevas ni renovar su vocabulario moral (Alemán y Larriera, 1998: 229).

En definitiva, la mediatización de la política va trazando un círculo cerrado —y cada vez más concéntrico— en el que, inconscientemente, ese escepticismo que la ética del discurso postulaba como marco de toda acción comunicativa, es el único componente de la ética del discurso que queda subjetivado y diluye el antagonismo político, esencia del proceso democrático. A cambio nos ofrece crispación y enfrentamiento simulados de forma sistemática . Como la *tebasura*.

Bibliografía

- Alemán, Jorge y Larriera, Sergio. 1998. *Lacan: Heidegger. El psicoanálisis en la tarea del pensar*. Málaga: Miguel Gómez Ediciones.
- Apel, Karl-Otto. 1991. *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona: Paidós.
- Casero Ripollés, Andreu. 2008. *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid: Editorial Fragua.
- Castells, Manuel. 1997-2000. *La era de la información. La sociedad red I*. Madrid: Alianza.
- Català, Josep M. 2005. *La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cebrián Herreros, Mariano. 2003. "La nueva frontera de los realities shows y de las estrategias multimedia". Bogotá: Universidad de la Sabana. *Palabra Clave*, N° 9. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/649/64900902.pdf>
- Cebrián Herreros, Mariano. 2004. *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós.
- Couldry, Nick y Markham, Tim. 2007. "Celebrity culture and public connection: Bridge or chasm". *International Journal of Cultural Studies* 10: 403-421.
- Debord, Guy. 2008. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- Eco, Umberto. 1987. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- García Catalán, Shaila. 2010. "Las ficciones de las historias verdaderas: la representación audiovisual en el rebasamiento del límite entre lo cinematográfico y lo informativo". *Actas del Congreso AE-IC 2010 Málaga: Comunicación y desarrollo en la era digital*; 3, 4 y 5 de Febrero. Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Edición en CD-ROM.
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco. 2005. "La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones". *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, N° 25: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=25&articulo=25-2005-143>.
- Habermas, Jürgen. 1989. "Teorías de la verdad" en *Teoría de la acción Comunicativa: Complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra. pp. 113-161
- Jiménez Redondo, Manuel. 2000. *El pensamiento ético de J. Habermas*. Valencia: Episteme.
- Kelsen, Hans. 2002. *Esencia y valor de la democracia*. Granada: Comares.
- Lamuedra Graván, María. 2005. "Formatos híbridos y melodrama en televisión: El caso de Belén Esteban como heroína postmoderna. Estudio de Recepción". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11: 349-374.
- Martínez, Valentín Alejandro; Juanatey, Oscar; y Orosa, Javier. 2007. "El análisis de las audiencias de la 'telebasura' desde la óptica de la teoría de la 'espiral del silencio' hologramática". *Facultad de Ciencias Sociales UNLZ IV*, Número 7, V2: 39-55.

Mattelart, Armand. 2004. "Democracia y Comunicación" entrevista en la revista *La iniciativa de la comunicación*:

<http://www.encuentro.org.mx/recursos/Entrevista%20a%20Mattelart%20sobre%20la%20Sociedad%20de%20la%20Informacion.pdf>.

Mattelart, Armand. 1993. *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundesco.

McLuhan, Marshall y Powers, B.R. 1993. *La aldea global*. Barcelona: Gedisa.

Palacio, Manuel. 2007. "Elementos para una genealogía del término 'telebasura' en España". *Trípodos 21*: <http://www.tripodos.com/tripodos/tripodos.asp?num=21> .

Palao Errando, José Antonio. 1989. "De la reversibilidad de la muerte: catálisis, aleatoriedad y ausencia de fin en la telenovela", en Jiménez Losantos, Encarna y Sánchez-Biosca, Vicente (eds.). *El relato electrónico*. Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.

Palao Errando, José Antonio. 2001. "El psicoanálisis y la teoría consensual de la verdad: programa para un encuentro imposible". *Antroposmoderno*: <http://www.antroposmoderno.com/textos/elpsicoa.shtml>.

Palao Errando, José Antonio. 2004. *La profecía de la imagen-mundo. Para una genealogía del paradigma informativo*. Valencia: IVAC.

Palao Errando, José Antonio. 2009. *Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Perniola, Mario. 2006. *Contra la comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.

Toutain, Ferran. 2007. "L'opinió pública a la societat de la teleporqueria". *Trípodos 21*: <http://www.tripodos.com/tripodos/tripodos.asp?num=21>.