

## sociedad

El Gobierno tiene ahora prisa con la Ley de la Ciencia



# El voto popular engendra 'frikis'

- ▶ Las audiencias televisivas encumbran a personajes extravagantes una y otra vez
- ▶ Es una tendencia vista como banal pero que se erige en desafío a lo establecido

CARMEN PÉREZ-LANZAC

Para presentar la actuación de John Cobra, el candidato a representar a RTVE en Eurovisión que en la gala del lunes dio un espectáculo bochornoso, Anne Igartiburu leyó entre sonrisas el siguiente texto: "Cualquiera puede aspirar a representarnos en Eurovisión. Basta tener una canción y los suficientes votos. Este año la pesadilla de los *eurofans* tiene nombre y apellido de película de mamporros: John Cobra". Tres minutos después, El Cobra se convertía en la pesadilla de Igartiburu, que no veía forma de apaciguar al candidato, entregado a los insultos y la ramponería. Pero la cuestión es que tanto los guionistas de la cadena como cualquiera que hubiese dedicado unos minutos a estudiar al valenciano se hubiese percatado de una obviedad: John Cobra, cuyo nombre real es Mario Vaquero, no es lo que se dice el candidato ejemplar para representar a la empresa pública en el festival.

Desde que hace tres años RTVE abriera el proceso de selección de los candidatos a participar en Eurovisión al democrático voto *online*, los internautas han encumbrado a personajes de lo más variopintos. Primero a Chikilicuatre, un actor de *Buenafuente* (La Sexta) que acabó bailando ante Europa para regocijo de media España. Después, Karleme Marchante, una tertuliana del corazón de dudosas dotes musicales. Y finalmente un camorrista como John Cobra, que llegó a la gala del lunes como el segundo más votado por los internautas gracias, en parte, a su tirón entre miles de usuarios de la *web* Forocoche.com.

¿Por qué elige el público dar su voto a candidatos de este ti-

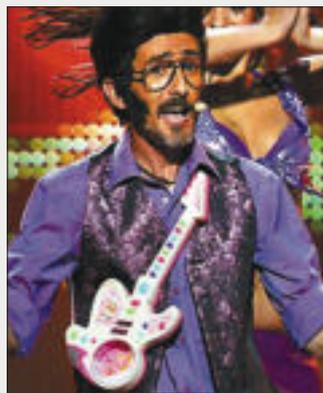
po? ¿Por qué vota tanta gente al más friki en Eurovisión? "Pues porque hay más gente interesada en los *frikis* que en Eurovisión", dice José Errasti Pérez, profesor de Psicología en la Universidad de Oviedo. "En Eurovisión verdaderamente no hay (casi) nadie interesado, pero en echarse unas risas *frikis* en Eurovisión o en cualquier otro lado sí hay bastante gente. Cuando a Eurovisión iban Mocedades eran Mocedades las que se subordinaban a Eurovisión, cuando fue Chikilicuatre fue Eurovisión la que se subordinó a Chikilicuatre. 'Las cosas siempre ocurren dos veces en la historia: la primera como tragedia y la segunda como comedia', dijo Karl Marx. Eurovisión ya tuvo sus años gloriosos en serio y ahora le toca pasar los años sórdidos en broma".

"La respuesta está en la propia lógica de los medios", dice Héctor Fouce, profesor de Comunicación y experto en música. "Al público no se le está pidiendo que haga un voto de calidad sino de popularidad. En televisión funciona la lógica de la espectacularidad y la gente, ya acostumbrada, conecta muy bien con esa idea. Además, el público se ha vuelto muy perverso y juega con los medios. Anticipa el efecto que puede tener su voto y lo usa. Piensa, 'menudo pelotazo sería colar a Chikilicuatre en Eurovisión'. La gente está muy alfabetizada en medios. Cuando Chikilicuatre salió elegido, el público estaba más pendiente de la cara de disgusto de José Luis Uribarri que del propio candidato. Hay ese juego con los medios. La gente busca su minuto de gloria, aunque sea contribuyendo al pelotazo mediático. Es algo así como si se dijera '¡Mira lo que hemos conse-

## ¿Y la audiencia?

▶ La audiencia también ha respondido positivamente al escándalo como se ve por los datos de las tres últimas galas de elección al candidato a Eurovisión:

▶ **En 2008**, año en que salió elegido el personaje Rodolfo Chikilicuatre, de *Buenafuente* (La Sexta), la gala *iSalvemos*



Rodolfo Chikilicuatre.

*Eurovisión!* obtuvo 1.960.000 seguidores, un 16% de cuota de pantalla.

▶ **En 2009**, la gala *Final Eurovisión 2009: el retorno*, de la que salió elegida Soraya como representante de la cadena y que estuvo exenta de escándalo, sólo obtuvo 799.000 espectadores, un 6,5% de cuota.

▶ **2010**. La del lunes fue la gala más escandalosa y también la más vista por el público. *Eurovisión: destino Oslo* obtuvo 2.630.000 seguidores, un 15,6% de cuota de pantalla.

guido'. El público vive una especie de trasposición. No van a hablar de mí directamente pero van hablar de algo que he contribuido a crear".

Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación, va más allá en el análisis tras este fenómeno, que en su opinión es el reflejo de un desencanto de fondo, una suerte de respuesta antisistema que tiene una lectura más amplia que la esfera de un simple festival de música: "Lo que aparentemente parece una cosa muy *kitch* refleja un estado de ánimo y una intención de hacerle un corte de mangas a lo establecido. Hay varias lecturas al por qué la gente vota a estos personajes. La primera y fundamental es que estos fenómenos son una respuesta bufa del público, una intención de criticar y humillar lo establecido, que se desprecia. Desde lo cómico e irónico se ridiculiza lo estable y previsible. Es una respuesta contestataria", dice Gutiérrez-Rubí. "Lo segundo es que lo banal, lo histriónico y humillante tiene un aspecto de espectáculo que lo convierte en entretenido. Y finalmente esas dinámicas tienen un componente morboso que nos gusta porque somos así. Pero lo importante es que tras esos comportamientos se oculta una cierta rebelión de las masas", continúa.

"La *web* 2.0 ha facilitado la organización de una rebeldía que se traduce en una respuesta no previsible y masiva", dice Gutiérrez-Rubí, que explica que este desencanto de las masas del que hoy estamos hablando por el festival de Eurovisión, también tiene su correspondencia en terreno político: "En Alemania, Italia o Estados Unidos estamos asistiendo a la irrupción de

protagonistas políticos cómicos, actores que están poniendo en jaque a la política convencional", explica. "Ahí están los ejemplos de Beppe Grillo en Italia o Stephen Colbert en EE UU. Lo cómico se está convirtiendo en el refugio de la rebeldía. En lugar de votar en blanco, la gente vota a un payaso que se ríe del sistema. Tiene algo de adolescente. No puedes organizar una revolución, pero te quejas. No quieres pasar por el aro, así que dices te

El público busca su minuto de fama contribuyendo al escándalo mediático

A la audiencia no se le pide que premie la calidad, sino la popularidad

voy a dar una respuesta que no te esperas".

"Votar lo que más duele es una opción antisistema, ciertamente", interviene José A. Ruiz San Román, profesor de Sociología y Opinión Pública de la Complutense de Madrid, "Pero no es una opción antisistema seria. Es puro juego. Banalización desde el sofá de casa. Creer que estoy cambiando algo por destruir".

Que John Cobra era un personaje violento no era ningún secreto. Montó un escándalo en *El diario de Patricia* (Antena 3) que está colgado en la Red (acompañado, por cierto, de Carol, la misma de la que habla en su canción y que también se subió el lunes al escenario de los estudios Bu-



## sociedad

### Polémica sobre los riesgos del hijo concebido 'in vitro'



## cultura

### Juan Cruz bucea en su memoria literaria



## deportes

### Eto'o pierde pujanza en el Inter de Milán



## El triunfo de la cópula

### ANÁLISIS

Vicente Verdú

Umberto Eco me decía hace poco que si, de una parte, la televisión ha perjudicado a los ricos o cultos e incluso los ha denigrado, de otra parte ha beneficiado al pueblo llano, a los proletarios y a los habitantes del campo y de barrio.

La grosera reacción del autollamado John Cobra en la final de los candidatos para Eurovisión no es probable que haya beneficiado a nadie, pero es posible que tampoco haya perjudicado a muchos. Simplemente, la deriva de estos concursos que eligen como representante a un Chikilicuatre no puede desembocar sino en un ambiente de *mercachifles*.

Hay, no obstante, una gran diferencia entre el pobre tipo que representaba el triste Chikilicuatre y el obsceno escupitajo (¿envenenado?) de El Cobra.

Cada cual responde a su apodo y, al cabo, no pueden ser ni sorprendentes ni decepcionantes. Eurovisión ha logrado convertirse en un artefacto —musical o no— que se comporta como un predecible vertedero. Más que lograr el antiguo prestigio a través de la selección, la selección del candidato corona hoy a un personaje que procediendo de los márgenes se complace en su redención. Así ha venido a ser, al menos desde España, el caso de los extraños prototipos que pasaron de perdedor a ganador. Todo dentro de la indiferencia cualitativa.

En realidad, con Eurovisión se cumple el colmo de la canción ba-

sura que, sin embargo, no desentona con la música de fondo de la programación. No ya los habitantes rurales, los parados, los proletarios o los pensionistas enfermos ven la televisión generalista. Esta televisión ha creado, poco a poco, un espectador que, diseñado en los programas de sobremesa, las mañanas de ocio, las tardes de concursos y los detritus del corazón, se complace en la indolencia de una distracción sin consecuencias. O, por el contrario, entre jóvenes de barriada, despierta un ideal mediático y una fe en la fama que ilustra, ejemplarmente, David Bisbal.

En esta doble tesitura, entre indolente y agresiva, se alinean, de un lado, las dulces amas de casa y, de otro, los malotes del barrio dispuestos a comerse el mundo a través de la pantalla, comerse a los espectadores a través de su superencanto y a todas las chicas del mundo (chicos incluidos) a través del poder que les proporciona —simbólicamente— la voracidad del falo.

El Cobra brindó el lunes toda la información necesaria para comprender el espectáculo. No respondió al abucheo del público ni con la palabra ni con el ademán. Todo el desdén feroz se centraba en el mundo de la polla. Es decir, en el centro de donde partía su impulso conquistador y desde donde podía partir, como desprecio integral, el lenguaje de su pene. Una y otro, organización y órgano, se conjugan en la potenciación mediática del espectáculo. Uno y otro copulan en el éxito de la transmisión.

La secuencia: John Cobra es abucheado durante y, sobre todo, tras su actuación en la gala del lunes. El candidato enfurece y empieza a insultar al público mientras Anne Igartiburu intenta aplacarle.

táculo de Eurovisión, que aunque tiene sus seguidores y fans, para la mayoría de gente ha quedado desde hace años como algo obsoleto y sin interés alguno debido seguramente al sistema utilizado en las votaciones entre países”, según explica uno de los administradores del foro.

En cualquier caso, y al margen del rastro que Cobra ha ido dejando en Internet, por si alguien tenía alguna duda de la pasta de la que está hecho, éste lo dejó claro en su presentación antes de actuar: “Quiero triunfar en la música y tener un Ferrari debajo de casa (...). Votadme, ¿vale? Si queréis. Y si no, no voy a ir yo casa por casa con una pistola en la cabeza a cada uno”.

“¿Que TVE era inocente?”, se pregunta con sorna el comunicólogo Héctor Fouce. “No veo muy claro eso de escandalizarse por-

que el malote que has llevado a televisión ha perdido los papeles cuando en realidad es el sueño de cualquier realizador...”. Sea como sea, el presidente de RTVE, Alberto Oliart, pidió ayer disculpas en el Senado y anunció que TVE adoptará medidas para impedir “abusos” y que no prosperen candidatos sin “una mínima calidad musical”. “Vamos a repasar las normas”, explicaba ayer Eva Cebrián, directora de programas de la cadena, “pero no queremos renunciar al pluralismo de una convocatoria abierta. Tenemos abierto un debate interno para estudiar cómo lo hacemos”.

### + EL PAÍS.COM

#### ► Participe

¿Por qué cree que el público vota a este tipo de candidatos?

ñuel) y ha subido una decena de vídeos de contenido violento a Youtube, incluido uno en el que salta de un balcón a otro desde un tercer piso para impresionar a los usuarios de Forocoche, muchos de los cuales decidieron apoyarle cuando otro valenciano, el pinchadiscos Chimo Bayo, fue descalificado por RTVE al presentar un tema que no era inédito. ¿Por qué lo hicieron? “Es una forma de mandar una crítica o queja respecto al espec-

ESCUCHALO GRATIS  
ELPAÍS.COM

# Bunbury, las consecuencias

[elpais.com/musica](http://elpais.com/musica)

Escucha en ELPAÍS.com el nuevo álbum de Bunbury: *Las Consecuencias*, ya disco de oro y número uno en ventas. Además tienes toda su discografía, sus mejores fotos, vídeos y la oportunidad de conseguir una guitarra Gibson Melody Maker firmada.

EL PAÍS