

## Crítica de televisión

# LA CANCIÓN DE LA URNA Y OTRAS NOTAS

"INFORME Semanal" nos mostró el sábado cómo se monta el "marketing" político desde la técnica publicitaria más al día. Los publicitarios venden política como quien vende detergentes. Es decir, lo dijeron por la televisión: se parte de que vivimos en la civilización del consumo irremediable, y se actúa a tono, sólo que manejando términos más sublimes que los que suelen manejarse en el asunto de los detergentes. Porque anunciar un producto para lavar en libertad resulta excesivo y posiblemente contraproducente, pero anunciar una política para vivir en libertad resulta obligatorio e inescapable. Vistas así las cosas, y teniendo en cuenta el efecto de la machaconería, es muy lógico que se utilicen, sin previo pase por ninguna comisión de ética publicitaria, determinados términos que parecen contradictorios, tanto textualmente como históricamente. (Y por supuesto no me estoy refiriendo, al decirlo, a ninguna campaña publicitaria que se desarrolle a través de RTVE, donde existe una comisión muy celosa al respecto: me refiero, por supuesto, a campañas callejeras, a base de pintadas, pegatinas, carteles y panfletos).

Lo raro es que, como ilustración a las teorías de los publicitarios, RTVE —bueno, "Informe Semanal", que, aunque sea lo mismo, no es lo mismo, porque vivimos en el imperio de la claridad— emitiera la canción así como protestataria que va a servir de fondo al Referéndum Nacional, sección afirmativa. Se llama "Habla, pueblo, habla" y utiliza una "poesía" claramente obtenida por medio de alguna computadora, servida previamente con las letras de canciones populares que no conoce nadie ni nadie canta. Obtenida la letra quintaesencialmente oportuna, se le ha dotado de la música apropiada, también del mismo género. El total lo interpreta un coro, con mucha fuerza de convicción, por aquello de que es social el signo de los tiempos.

Lo malo es que el resultado —a través de una sola audición y sin la letra a mano— parece algo contradictorio. No se entiende la reiterada invitación a que el pueblo hable para

convocarle al voto secreto. Ni tampoco se entiende que se le incite a que sea su voz la que resuene, sin interferencias, si lo que se le invita a votar secretamente es su participación en la política a través de la interposición de los partidos políticos. Pero, en fin, así que la canción se transforma en matraca —cosa que hay que imaginar inmediata— cabrá hacer el análisis de las incitaciones que contiene la canción de las urnas —como ya se la llama en los círculos generalmente mal intencionados de la derecha, el centro y la izquierda, descontados los extremismos incontrolados— y sus contradicciones con lo que invita a votar. Me emplazo para hacerlo, así que los muchachos de "Vino Tinto" sean más aireados.

De todas maneras, si RTVE nos ha hecho aprendernos tantas musiquillas publicitarias, desde el "Maricler, Maricler, un panty para cada mujer" a "Qué bien, qué bien, hoy comemos con Profidén", seguro que hará que cantemos el "Habla, pueblo, habla", con su conminante incitación, por cierto demasiado autoritaria.

REGISTREMOS el último domingo, y gracias al capítulo correspondiente de "La saga de los Rius", producción neorriquista dirigida por Pedro Amalio López, el triunfo retrospectivo, inesperado y decidido de José Luis Sáenz de Heredia. El triunfo se consiguió por comparación de bombas en el Liceo de Barcelona, y por imitación penosa de aquel riego de perlas que cerraba una secuencia que, en su momento, fue aplaudida. Claro que eran otros tiempos, ya que aquel estreno barcelonés de los aplausos estaba patrocinado por la revista "Destino", que entonces presentaba películas de Sáenz de Heredia.

¿NO se podría conseguir que las locutoras de "625 líneas", programa del que tendré que hablar, sepan que se puede hablar sin mover la cabeza un tanto caballunamente? (Cosa tanto más de lamentar porque son muy guapas).

Marcelo ARROITA-JAUREGUI.