



La Transición televisiva. Adolfo Suárez y la personificación de la reforma política

Federico Bellido Peris

► **To cite this version:**

Federico Bellido Peris. La Transición televisiva. Adolfo Suárez y la personificación de la reforma política. IX Encuentro Internacional de Investigadores del Franquismo 80 años de la Guerra Civil Española, Mar 2016, Granada, España. <hal-01672051>

HAL Id: hal-01672051

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01672051>

Submitted on 23 Dec 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La Transición televisiva.

Adolfo Suárez y la personificación de la reforma política

Federico Bellido Peris.

Universidad de Valencia, España.
Université Grenoble Alpes, Francia.

Resumen:

Esta comunicación pretende explorar de forma sucinta el papel jugado por la televisión en la emergencia del proceso de democratización en España. Con ello, se busca profundizar en la forma en la que RTVE, explotada en régimen de exclusividad estatal y férreo control gubernamental, colaboró en la conformación de una opinión pública que favoreció tanto la aprobación de la Ley para la Reforma Política como la construcción de la propia imagen pública del presidente Suárez.

El análisis parte de la hipótesis de trabajo de que TVE fue una pieza clave en el engranaje de políticas públicas desarrollado por los gobiernos de Suárez para suministrar claves de comportamiento colectivo que favorecieran el rumbo dado al proceso de Transición. En este sentido se centrará inicialmente la atención en el protagonismo de TVE a la hora de construir una imagen pública consistente del desconocido presidente, para, a continuación, fijar la mirada en el papel jugado por el ente de Prado del Rey en la conformación de una opinión pública favorable a la aprobación vía referéndum de la Ley para la Reforma Política.

Palabras clave: Transición española, Ley para la Reforma Política, Adolfo Suárez, Televisión Española, comunicación política

Introducción

En los últimos años, la Transición se ha convertido en una de las temáticas privilegiadas por los investigadores que estudian la historia contemporánea española. Indudablemente éstos se han visto influidos tanto por los actuales debates públicos sobre el alcance del proceso de cambio político como por la influencia que han venido adquiriendo a lo largo de los años sus relatos y narrativas, así como la construcción de su memoria social. En consecuencia, no podemos dejar de constatar la notable injerencia que las representaciones audiovisuales de la Transición y su creciente relevancia social ejercen en el conocimiento historiográfico del periodo.¹

Desde un punto de vista epistemológico, ni que decir tiene que no se trata de ninguna novedad, ya que desde el campo de la historia de la comunicación y del de la historia cultural, hace ya algunos años que se vienen desarrollando estudios sobre el papel político y social que juegan los medios de comunicación, y en particular la televisión, en tanto que factores históricos de primer orden. Dichos estudios, esencialmente, tratan de comprender cuáles son las relaciones que se establecen entre el relato televisivo y los acontecimientos o procesos históricos, sin que por ello se menosprecie el interés metodológico que se deduce de la posición con la que el historiador afronta el estudio de las imágenes audiovisuales de contenido histórico. En cambio, en lo que se refiere al contexto preciso de la Transición española, después de haber realizado un primer balance de las investigaciones que giran en torno a la televisión, nos encontramos con que si bien se han publicado muchos libros sobre la historia de la televisión desde un punto de vista divulgativo, éstos analizan el periodo transicional de forma meramente tangencial² o se centran exclusivamente en géneros audiovisuales específicos³ y sólo en años muy recientes han aparecido algunas investigaciones que

1 Los medios al construir determinadas narrativas del pasado, juegan un importante papel en la socialización histórica, pues no sólo actúan sobre las memorias colectivas, sino que lo hacen con finalidades varias, que van desde lo estrictamente informativo hasta lo memorístico e identitario, pasando por lo político e ideológico. Este hecho, ha llevado a algunos autores a hablar de la existencia de una “historicidad mediática” (Thompson) o “historiografía mediática” (Martínez Gallego) cuyas coordenadas sociales tienen que ver con las formas simbólico-mediáticas con las que se ve afectada nuestra percepción del pasado. Véase John B. THOMPSON: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998 y Francesc A. MARTÍNEZ GALLEGO: “Memoria social e ‘historiografía mediática’ de la Transición”, *VII Congrés de l'Associació d'Historiadors de la Comunicació “25 anys de llibertat d'expressió”*, Barcelona, Treballs de Comunicació, 2005, pp. 34-54.

2 Algunos de los más destacados son: Joan MUNSO CABÚS: *La otra cara de la televisión. 45 años de historia y política audiovisual*, Barcelona, Flor del Viento, 2001; Manuel PALACIO: *Historia de la televisión en España*, Barcelona, Gedisa, 2001; Jaime BARROSO y Rafael TRANCHE (eds.): “Televisión en España”, *Archivos de la Filmoteca*, nº 23-24, junio-octubre (1996); Enrique BUSTAMANTE: *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*, Barcelona, Gedisa, 2006.

3 José Carlos RUEDA LAFFOND y Carlota CORONADO RUIZ (eds.): *La mirada televisiva. Ficción y representación histórica en España*, Madrid, Fragua, 2009 en lo que se refiere a la programación de ficción; Sira HERNÁNDEZ CORCHETE: *La historia contada en televisión. El documental televisivo de divulgación histórica en España*, Barcelona, Gedisa, 2008 en cuanto al género documental y Enrique GUERRERO: *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*, Barcelona, Deusto, 2010 por lo que respecta a los productos televisivos de entretenimiento.

apuntan al protagonismo que tuvo el ente de Prado del Rey en la Transición, apoyándose, éstas sí, en el análisis de las emisiones televisivas de contenido informativo o político, así como en su incidencia en la opinión pública⁴.

De dicha constatación nace la intención de exponer, a través de la presente comunicación, y aunque sea sólo de forma sucinta, el alcance del papel jugado por Radiotelevisión Española (RTVE), explotada todavía en régimen de exclusividad estatal y férreo control gubernamental, en tanto que factor determinante del proceso de cambio político. Así, el objetivo principal del presente trabajo es el de examinar en qué medida el ente televisivo español fue decisivo en el desarrollo del proceso de Transición del régimen dictatorial a la democracia. Centraremos precisamente nuestra atención en el protagonismo inicial de TVE a la hora de construir audiovisualmente la imagen pública de un todavía desconocido presidente Suárez, así como en el papel jugado por la televisión en la conformación de una opinión pública favorable a la aprobación de la Ley para la Reforma Política, basándose para ello en la propia asociación que el medio audiovisual llevó a cabo entre dicha reforma y la propia imagen del presidente.

En este sentido, merece la pena recordar que la televisión, en tanto que medio de comunicación social por excelencia, es uno de los más importantes instrumentos de socialización que poseen los ciudadanos y uno de los más preciados medios de estructuración del universo simbólico de toda sociedad o comunidad, así como el principal vehículo de transmisión de los mensajes socio-políticos. Todo ello le convierte en la herramienta comunicativa más decisiva en la conformación de la opinión pública y por ende, su papel resulta esencial en tanto que colaborador de los procesos sociales de transformación y cambio político como fue el caso en la propia Transición española.

La televisión en Transición, los inicios de la comunicación y del marketing político

Televisión Española (TVE) fue inaugurada el 28 de octubre de 1956 con una cobertura muy reducida (apenas 70 kilómetros de radio) y muy pocos receptores. En cambio, se desarrolló enormemente en la década de los sesenta, en un contexto en el que el medio fue claramente asociado a la modernización económica y social procedente de la política desarrollista del régimen. Diez años más tarde se creó el segundo canal, en apenas veinte años de existencia uno de cada tres españoles poseía un receptor en su casa y, según los sondeos realizados por el Gabinete de Investigación de Audiencia de RTVE, el 70% de la población mayor de 14 años afirmaba ver la

⁴ Manuel PALACIO: *La televisión durante la Transición española*, Madrid, Cátedra, 2012 y Virginia MARTÍN JIMÉNEZ: *Televisión Española y la Transición democrática: La Comunicación política del Cambio (1976-1979)*, Valladolid, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, 2013.

televisión todos o casi todos los días.⁵ Con estos datos no podemos sino corroborar el creciente poder de atracción social de la televisión en tanto que medio de comunicación social e instrumento creador de opinión pública, realidad que el régimen franquista parecía todavía no vislumbrar, ya que se limitó a usarla con el mismo concepto propagandístico en el que se basaban las emisiones del NO-DO, con la diferencia de que ahora esos mismos contenidos propagandísticos llegaban directamente al interior de los hogares españoles. En este sentido, se suele afirmar que el régimen no era consciente del poder de atracción de la televisión o incluso que no tenía ninguna necesidad de usarlo en su favor. Dos afirmaciones que no sólo menosprecian las competencias profesionales de los dirigentes y técnicos del medio, sino también la visión política de las mismas élites de régimen, como si éstas no supiera hacer uso de todas las potencialidades que la televisión les ofrecía. Estas afirmaciones que se antojan lejanas de la realidad, quedan además desmentidas a la vista del innovador uso propagandístico que se hizo de TVE para legitimar la figura del príncipe Juan Carlos como futuro monarca. En cambio, lo que sí podría afirmarse es que esas altas instancias del régimen veían al nuevo medio con un cierto recelo e incluso miedo de que éste se convirtiera en el vehículo de importación de nuevos valores sociales contrarios a los defendidos durante las últimas cuatro décadas.

Sea como fuere, lo cierto es que habrá que esperar a los primeros años de la Transición para que Televisión Española despliegue todo su potencial de influencia social y de transmisión de claves de comportamiento colectivo a favor del proyecto gubernamental de reforma del régimen franquista. Fue concretamente en ese contexto del primer gobierno del presidente Adolfo Suárez cuando se dota a TVE de una funcionalidad específica y empieza a ser instrumentalizada, sin medias tintas, como cauce comunicativo de la acción gubernamental. Fue en ese momento en el que la televisión acabó por convertirse en el canal comunicativo por excelencia de un gobierno que pretendía influenciar la conciencia de los televidentes y, consecuentemente, el comportamiento de los ciudadanos a favor de su proyecto de reforma.

El nombramiento de Adolfo Suárez como presidente del gobierno el 3 de julio de 1976 cayó como una bomba mediática, provocando la sorpresa de muchos, la decepción y la repulsa de otros tantos, así lo corroboraron los titulares de la época.⁶ Tamaña estupefacción sólo podía deberse a la baja consideración que el joven Ministro Secretario General del Movimiento tenía en los círculos políticos reformistas (se decía que era un joven inexperto, casi un advenedizo, un político en

⁵ Anuario de RTVE 1976, publicado en 1977.

⁶ “Presidente por sorpresa” tituló José Oneto para *Cambio 16*, *Cuadernos para el Diálogo* fue más lejos al titular “El error Suárez” y *El País* de la pluma de Ricardo de la Cierva añadió más dramatismo con la exclamación “¡Qué error, qué inmenso error!”

definitiva con poca trayectoria) y en los medios de comunicación no afines y partidos de la oposición, quienes lo vinculaban a los sectores más reaccionarios del régimen. Para el resto de la opinión pública, se trataba de un gran desconocido. Más allá de su Ávila natal de donde fue Procurador en Cortes en 1967 y de la provincia de Segovia donde fue gobernador civil en 1968, su nombre solamente se había hecho público gracias a su defensa, emitida por TVE, de la Ley de Asociaciones Políticas el 9 de junio de 1976.

Con ese ligero bagaje, los malos augurios de la prensa y las dificultades para formar gobierno, de no haber sido por la ayuda inestimable de Alfonso Osorio, Adolfo Suárez hizo frente a sus carencias políticas iniciales echando mano del medio de comunicación que más conocía y que más fundamental le resultaba para la conformación de una opinión pública favorable, la Televisión.⁷ Desde el inicio de su mandato, Suárez se rodeó de un equipo de expertos en comunicación que le aconsejaban y que sabían sacar de él lo mejor de su imagen y de su capacidad comunicativa. El monopolio televisivo público, a través del cual el 85% de la población se informaba, siempre estuvo al servicio directo del gobierno y no es casualidad que uno de los primeros nombramientos del nuevo gobierno fuera el de su principal responsable, Rafael Ansón Oliart, conocido publicista que ya le había asesorado en otras ocasiones y que no tuvo problema en dirigir la campaña electoral del presidente en junio del 77, siendo todavía director de RTVE. Así como, el de uno de los que serían sus asesores durante la campaña del Referéndum de la Ley para la Reforma Política, Ramón Massó, otro conocido publicista catalán vinculado al Opus Dei que por aquel entonces se encontraba desarrollando su teoría sobre lo que él denominaba el “politing”, o lo que vendría a ser un especie de conjunto programático de la acción política en una sociedad mediática y democrática.⁸ Con todo ello, la pequeña pantalla, en tanto que espacio informativo, instancia socializadora y legitimadora por excelencia, se convirtió en el principal instrumento de la acción política gubernamental, dando inicio en España a lo que Giovanni Sartori llamó años más tarde la “video-política”.⁹

El 6 de julio, sin ir más lejos, el presidente decide presentarse directamente a la ciudadanía, usando como no, el poder de la televisión y su atractivo frente a las cámaras. Apenas 6 minutos incrustados en el telediario de las 21h30, seis minutos que marcaran para la historia la buena

⁷ En este sentido, merece la pena recordar su paso por la dirección general de RTVE entre los años 69 y 73.

⁸ Su primer encuentro se produjo unas horas después de haber jurado su puesto en el Palacio de la Zarzuela, relatado 4 años más tarde por el propio Massó, en un texto titulado *De la magia a la artesanía*, donde decía que el presidente “para subsanar los graves inconvenientes de su “arranque” –escasa notoriedad personal y falta de credibilidad– debería utilizar fundamentalmente, en su propia estrategia política, la comunicación de masas, saltando incluso por encima de las fuentes de información y conectando directamente con la opinión pública [...] (así como) utilizar al máximo los acontecimientos capaces de modelar la noticia favorable, rectificando el perfil existente [...] vinculación tecnocrática y procedencia del Movimiento. En este sentido, los contactos y pactos con la oposición están muy de acuerdo con la estrategia sugerida”. Véase Ramón MASSÓ: *De la magia a la artesanía. El politing del cambio español*, Barcelona, Kairós, 1980, pp. 9-10.

⁹ Giovanni SARTORI: *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.

relación que Adolfo Suárez tendrá con el medio televisivo hasta su dimisión el 29 de enero de 1981. Una relación que con posterioridad ha seguido siendo cultivada con carácter memorístico y que ha hecho de él el mito mediático político en el que se ha convertido. 6 minutos televisivos planteados como golpe de efecto mediático, inesperado para una audiencia masiva que de repente se encuentra cara a cara con el joven presidente, quien les abre las puertas del modesto salón de su casa (como corresponde a una familia de clase media de la época). Se encuentra sentado en su sofá, tras él, una biblioteca llena de libros, y delante, una mesa de cristal donde reposan dos micrófonos y los folios del discurso elaborado por Fernando Ónega. Suárez se muestra todavía algo inseguro ante las cámaras, lee quizá más de lo necesario, consciente de la gravedad del momento y del enorme poder simbólico que posee la televisión para construir realidad.¹⁰

En cambio es total, nada queda de las alocuciones a las que nos había acostumbrado el presidente Arias Navarro, la tónica discursiva es completamente nueva. Suárez se muestra cercano a la audiencia, mostrando grandes dosis de concordia y de conciliación, incluso con aquellos que habían reaccionado negativamente a su designación. El presidente dialoga con los ciudadanos-espectadores de forma amigable y sincera, como si pretendiera implicarles directa e íntimamente en su labor de gobierno, toda una utopía a escasos meses de la muerte del dictador. Su intervención representa una pequeña revolución comunicativa en la que quedaron establecidas toda una serie de claves discursivas que la historia convertirá en señas de identidad del presidente. Frases como: “si gobernar es administrar unos bienes que son propiedad de todo pueblo, es lógico que el primer propósito sea la relación directa con todos los ciudadanos...”, la ya anteriormente escuchada en su defensa de la Ley de Asociaciones “elevar a la categoría política de normal lo que a nivel de la calle es simplemente normal” o “la tarea, hoy como ayer, se sigue llamando España”. Todas ellas son frases que han pasado a la historia como parte de la imagen cuidada, populista y muy televisiva de presidente Suárez.

Esta imagen se volverá muy familiar para los espectadores, quienes disfrutaran de la compañía cercana del presidente durante un total de 1 hora y 23 minutos en los diez meses que transcurren desde julio del 76 hasta mayo del 77, momento en el que anuncia su candidatura a las elecciones. Sus intervenciones, al igual que las de sus principales ministros, se convertirán en una constante de un gobierno que, a falta de la legitimidad democrática concedida por las urnas, decide trasladar directamente a los espectadores, vía mensajes televisivos, sus decisiones más importantes.¹¹

10 Centro de Documentación de TVE, *Primer mensaje televisado de Adolfo Suárez como presidente del Gobierno*, emitido el 6 de julio de 1976.

11 Manuel PALACIO: *La televisión durante la Transición ...*, p. 133.

Tras un primer análisis de esta temprana alocución televisiva nos damos rápidamente cuenta de que la estrategia comunicativa del primer Gobierno Suárez era, ya desde su arranque, muchísimo más elaborada y sutil que todo lo realizado anteriormente, ya que a través de ella se proyectaba una imagen muy cuidada y televisiva del presidente y, asimismo, muy populista. Con ello, la pequeña pantalla pasó rápidamente a ser considerada como la herramienta clave de toda relación directa entre Gobierno y los ciudadanos-espectadores, así como veremos a continuación la correa de transmisión del proceso de cambio político.

La Reforma política y la construcción del líder, dos caras de la misma moneda

A la vuelta del verano, cuando todavía se desconocía el rumbo que iba a tomar el gobierno, Adolfo Suárez decide explicarlo directamente en televisión el viernes día 10 de septiembre, tras la aprobación del proyecto de Ley para la Reforma Política por el Consejo de Ministros, pero mucho antes de que éste sea presentado ante el Consejo Nacional y ante las Cortes, donde fue votado definitivamente el 18 de noviembre.¹² Esta temprana alocución representó un auténtico desafío a las instituciones legislativas del Régimen, quienes por primera vez en su dilatada historia se veían desbordadas por un poder ejecutivo que prefería informar con anterioridad a la opinión pública, buscando probablemente acrecentar la presión social sobre estas dos instituciones para que se vieran forzadas a legislar en contra de sí mismas o a favor de su propia desintegración, lo que comúnmente se llamó el “harakiri”.

Atendiendo a su contenido, dicha comparecencia resultó una pequeña obra maestra de la persuasión, pues si bien en su introducción Suárez afirmó que se presentaba ante la audiencia “para decirles, sencillamente, cómo propone el Gobierno que sea nuestro futuro y para convocar a todo el pueblo español a una tarea de protagonismo y solidaridad”, la alocución superó con creces dicho propósito. Se inició con el anuncio de que el gobierno se encontraba “en la recta final de un proceso iniciado hace tiempo, (cuyo objetivo era) dar la palabra al pueblo español”. Siguió enumerando las gestiones llevadas a cabo por el gobierno, comparándolas con toda una declaración de principios de lo que debe ser una democracia, haciendo hincapié en múltiples ocasiones en que la soberanía nacional reside en el pueblo y que había que conseguir “que el pueblo hable cuanto antes”. En este

¹² Según la versión más extendida de los acontecimientos, Torcuato Fernández Miranda, “timonel de toda la operación”, redactó un borrador de la Ley de Reforma durante el mes de agosto. A principios de septiembre una Comisión, presidida por Suárez, se reunió para mejorar o modificar el texto, como por ejemplo el título, pasando a denominarse “Ley para la Reforma Política” lo que le otorgaba un carácter de “ley-puente”. El 8 de septiembre, Suárez presentó el proyecto a los altos mandos militares y dos días después tras su aprobación por el Consejo de Ministros fue presentado en sociedad vía Televisión Española. Véase Álvaro SOTO CARMONA: *La transición a la democracia: España 1975-1982*, Madrid, Alianza Editorial, 1998, p. 37. Una versión más actualizada y profunda del “paradójico suicidio de los procuradores franquistas” puede encontrarse en Ignacio SANCHÉZ-CUENCA: *Atado y mal atado. El suicidio institucional del franquismo y el surgimiento de la democracia*, Madrid, Alianza Editorial, 2014.

sentido, afirmó que su proyecto de reforma era la única vía para lograrlo, “cualquier otro planteamiento implicaría el debilitamiento del papel del pueblo, cuando no su marginación (y ésta vía debe) arrancar de la legalidad fundamental vigente”, puesto que había que evitar a toda costa el vacío legal que nos pudiera conducir al desorden o en palabras de Suárez incluso a la “anarquía”. Más tarde, pasó a relatar toda la serie de grandes problemas que acuciaban al país, con especial énfasis en los económicos, dando prueba de forma sumamente comprensiva de que era bien consciente de ellos, para a continuación asociar inexorablemente su resolución con el desenlace positivo de su proyecto de reforma. Se trataba de una tarea común convocada por la Corona, que implicaba “un gran debate nacional sobre nuestro futuro”, una afirmación, ésta última, que representó la primera alusión del presidente al futuro debate constitucional. Una convocatoria de debate que, ni decir tiene, se guardaba de cualquier posible discusión sobre la forma del Estado, pues en el origen de dicha propuesta se encontraba la propia Corona.¹³

Con esta alocución quedó totalmente clarificada cuál iba a ser la función política reservada al medio televisivo: espacio de diálogo entre el gobierno y el pueblo y espacio de construcción comunicativa de una nueva realidad política. Un espacio donde lo que primará sería el aprendizaje dialógico de la política a través de una aproximación muy didáctica de ésta. En este sentido, RTVE fue utilizada para propiciar que la opinión pública se decantase favorablemente hacia un proyecto de reforma muy concreto, basándose para ello en el carisma y en la atracción que pudieran generar los dirigentes (particularmente el presidente Suárez) que lo promovían públicamente en unas emisiones televisivas que iban más allá de la propaganda a la que les había acostumbrado el franquismo. La prueba de ello es que Suárez y sus ministros a partir de entonces, en cada una de las alocuciones televisivas que protagonizaron, trataron de evitar los discursos tajantes, sustituyéndolos por conversaciones, cuanto más íntimas mejor, tratando en todo momento de transmitir la impresión a los espectadores de que a través de estas mismas alocuciones se les implicaba, sin intermediario alguno, en un proceso colectivo de toma de decisiones políticas. Las claves para generar dicha impresión partían de una estrategia comunicativa de marketing político muy elaborada, basada en ofrecer una imagen de indiferencia frente al ejercicio del poder, una imagen que proyectase ante todo amabilidad y confianza, donde la efectividad del discurso se centraba en una apuesta por no meter miedo, ni presionar, bajo ningún concepto, a la audiencia, sino todo lo contrario, sugerir o, a lo sumo, suplicar, sin afirmar enérgicamente y, ni mucho menos, exigir.¹⁴

13 Centro de Documentación de TVE, *Discurso de promoción de la Ley para la Reforma Política*, emitido el 10 de septiembre de 1976. Los paréntesis son añadidos por el autor.

14 Joe MCGINNIS: *Cómo se vende un presidente. Por qué ganó Nixon las elecciones presidenciales*, Barcelona, Península, 1970.

La campaña televisiva del Referéndum sobre la Ley para la Reforma Política se inició tras una imprescindible reforma jurídica de la Dirección General de Radiodifusión y Televisión, adscrita todavía al Ministerio de Información y Turismo. A través del Decreto 2370/1976 del 1 de octubre (BOE de 18 de octubre) los anteriores órganos directivos, formados por un Consejo Rector y por un director general, dejaron paso a un Consejo General de Radiotelevisión Española, que si bien tuvo una breve existencia (desapareció poco después de las elecciones generales de junio del 77), permitió al primer gobierno Suárez, según Virginia Martín Jiménez, “impedir el control que las Cortes pudieran ejercer sobre este medio de comunicación estatal”.¹⁵

Pero la reforma televisiva no se limitó a asegurar el control gubernamental de RTVE, sino que fue acompañada de toda una estrategia completa al servicio del cambio político, estrategia dirigida, como no, por el nuevo director del ente de Prado del Rey, Rafael Ansón Oliart, quien no dudo en reformar en breve espacio de tiempo el conjunto de toda la programación, empezando por los Informativos, *Telediarios*, quienes debían abandonar la vieja imagen franquista para transmitir una sensación de cambio, de pluralidad y, sobre todo, de credibilidad. En este sentido se buscó proyectar imágenes diferenciadas en cada una de las tres ediciones informativas de la Primera Cadena: Ladislao Azcona presentaba la primera edición a las 15h00, Eduardo Sotillos la segunda a las 20h30 y Pedro Macía la tercera a las 23h15. Mientras la primera edición ofrecía una imagen más continuista, la segunda parecía ser la más acorde con los tiempos de cambio, así como la más reflexiva y razonable y la tercera edición se mostraba mucho más dinámica, impulsiva, atrevida y, como no, expeditiva.¹⁶ Además de los informativos, Ansón introdujo nuevas emisiones televisivas de debate y de actualidad política como *España hoy*, propició el regreso de otras como *La Clave*, que dirigida por José Luís Balbín acabó convirtiéndose en un mito de la época, e incluyó espacios divulgativos de diversa índole que se pusieron desde su inicio al servicio del proyecto gubernamental de reforma. Bajo su dirección la televisión pública trabajó al servicio del gobierno en un proyecto concreto de reforma política. En este sentido, todos los contenidos televisivos se adecuaron a las directivas que emanaban, tanto desde la Casa Real como desde el gobierno, en función de unas necesidades políticas determinadas. En cuanto a las prácticas comunicativas puestas en marcha, éstas siguieron siendo equiparables a las del Franquismo, pues las apariciones televisivas continuaron siendo establecidas por el Ministerio de la Gobernación.

Los dos ejes claves de la campaña para Referéndum fueron, por un lado, el fomento de la

¹⁵ Virginia MARTÍN JIMÉNEZ: *Televisión Española y la Transición ...*, p. 77.

¹⁶ Para hacer público el cambio en los informativos el mismo Rafael Ansón se prestó personalmente a ejecutar un ejercicio de escenificación que consistió en dejarse entrevistar por los nuevos responsables de los diferentes *Telediarios* en un espacio televisivo titulado *Televisión es noticia* que se emitió el 24 de octubre de 1976.

participación y, por el otro, la identificación de la Ley para la Reforma Política como la única vía posible para que el pueblo recuperase la soberanía y el país caminase por el tan deseado camino de la democratización. De este modo, mientras la tramitación de la Ley seguía su curso en el Consejo del Reino y en la Cortes, la televisión seguía tomando conciencia de su capacidad de influencia en tanto que líder de opinión y se comportó en consecuencia. A la semana siguiente del discurso televisado del presidente, *Informe Semanal* elaboró un reportaje monográfico a dicha alocución, recordando no sólo sus palabras, sino la amplia acogida que éstas tuvieron en los hogares españoles. Esta emisión, fue completada unas semanas más tarde por otro reportaje titulado *100 días de Suárez*¹⁷, que además de realizar un repaso de sus tres meses de gobierno, volvió a focalizar la atención en su último mensaje televisivo presentando la Ley para la Reforma Política y, como no, el apoyo social mostrado a favor de dicho proyecto.¹⁸

Pocos detalles quedaron en manos del azar y la maquinaria televisiva, engrasada, como hemos visto en los meses previos, se puso manos a la obra. Así se introdujeron en la parrilla televisiva toda una serie de contenidos (debates, programas especiales, reportajes y demás) al servicio de la Ley para la Reforma y de la participación ciudadana en el futuro referéndum. Bajo la batuta de Rafael Ansón, la campaña se convirtió en una temática televisiva que inundaba toda la programación y, en este sentido, se recurría a cualquier emisión para reforzar un triple mensaje: informar a los espectadores acerca del contenido de la Ley, a través de simplificaciones y atajos cognitivos, decantarse sin objetividad alguna por el proyecto reformista del gobierno y convertir el referéndum en un acontecimiento en sí mismo, que nadie pueda menospreciar, ni mucho menos, olvidar. En esta línea, y refiriéndose a algunos de los atajos cognitivos presentados en las diferentes emisiones, se insistió constantemente en dos elementos legitimadores clave: el primero de ellos tenía que ver con el peso de la tradición y la herencia que representaba para toda aquella población todavía partidaria del continuismo, se trató concretamente de la vinculación realizada por la televisión entre la realidad del presente referéndum y el referente establecido por el régimen franquista en 1966 a través de la celebración del Referéndum sobre la Ley Orgánica del Estado. El segundo, vinculado con la legitimidad que emanaba de la referencia realizada con Europa mediante las alusiones constantes que la pequeña pantalla realizó sobre las votaciones que acontecían con absoluta normalidad en los países vecinos.¹⁹

17 Centro de Documentación de TVE, *Informe Semanal. 100 días de Suárez*, emitido el 16 de octubre de 1976.

18 Para esto último, *Informe Semanal* tuvo acceso a los resultados de una encuesta de opinión realizada por el Instituto de Opinión Pública a petición del gobierno. El trabajo de campo titulado “Discurso del presidente Adolfo Suárez sobre la Reforma Política” lleva fecha del 13 de septiembre y figura en los archivos del CIS con el nº 1108.

19 Un buen análisis de cómo la opinión pública fue moldeándose hasta llegar a las altas cuotas de aprobación que se obtuvieron en la votación del 15 de diciembre de 1976 puede encontrarse en Fernando ROMERO PÉREZ: *Campañas de propaganda en dictadura y democracia. Referendos y elecciones de 1947 a 1978*, Madrid, UNED, 2009.

A todo ello, habría que añadir que la campaña televisiva sobre el referéndum no permitió el acceso a las cámaras de las fuerzas políticas de oposición, quienes apoyaban la abstención. Con ello, se limitaba el pluralismo político, la diversidad y la tolerancia de la que la televisión solía hacer gala constantemente en su programación. Sin embargo, la imagen de cambio y de aceptación de la diferencia proyectada por TVE distaba mucho del control gubernamental y la unidireccionalidad político-ideológica del proyecto reformista del gobierno de Suárez. Como ejemplo, tampoco se permitió que existiera jornada de reflexión y, en su lugar, el mismo presidente se dirigió a los ciudadanos-espectadores en otra alocución televisiva la víspera misma del referéndum, solicitando, como no, el voto afirmativo.²⁰ Además, la campaña televisiva puesta en marcha por Ansón mostró una gran paleta de recursos: se crearon los programas específicos *Habla, pueblo* o *Un pueblo ante el referéndum*, se limitaron las emisiones en directo que pudieran propiciar declaraciones inapropiadas, así como se multiplicaron las incitaciones al voto afirmativo en todo tipo de emisiones, incluidos los espacios infantiles. En definitiva, la televisión se constituyó en un agente político decisivo, completamente esencial en relación con el objetivo fijado, llevar adelante el proceso de reforma que más tarde se denominó “Transición”, cuyas coordenadas en el ámbito televisivo acabarían por determinar la comunicación política del nuevo régimen, hasta el punto de representar el primer paso adelante en la instauración de lo que hoy se conoce como “teledemocracia”²¹ o “democracia de espectadores”, donde la televisión ocupa un papel central en la totalidad de los procesos políticos.

Esa posición central, en la que el primer gobierno de Suárez colocó a la televisión, es además desde dónde se comprende mejor el uso casi compulsivo que el mismo gobierno hizo de los sondeos de opinión y de las operaciones de mercadotecnia. Adolfo Suárez, desde su nombramiento en julio de 1976 hasta las elecciones de junio de 1977, solicitó un total de 33 estudios de opinión al Instituto de Opinión Pública, el actual Centro de Investigaciones Sociológicas, la mayoría centrados en las elecciones del 15 de junio, pero una nada desdeñable cantidad en la campaña del Referéndum y otros en lo que podríamos considerar la construcción de la imagen político-mediática del presidente, así como en torno al funcionamiento y la eficacia de la televisión. Hecho que revela cuál fue el tamaño de su interés por conocer de primera mano la validez propagandística de la televisión.

Conclusión

En definitiva, el periodo 76-77 constituye una de las etapas más interesantes de la historia de la

20 Centro de Documentación de TVE, *Discurso Referéndum sobre Ley para la Reforma Política*, emitido el 14 de diciembre de 1976.

21 Dicho concepto se refiere a la proyección de las nuevas tecnologías de la comunicación en los procesos de participación política de las sociedades democráticas, con especial inclinación por la televisión, cuya manifestación más depurada serían los debates televisivos entre candidatos.

televisión en España, porque en él se pudo comprobar cómo desde la TV se crearon las bases de un espacio público favorable a la reforma del Franquismo, así como la forma desmesurada en la que la televisión fue utilizada por parte del gobierno, no sólo para comunicar directamente con la ciudadanía en cada paso que daba o en cada hito importante del proceso de cambio político, sino también para concentrar en la persona de su presidente, Adolfo Suárez, todo el capital simbólico que la Reforma Política del Régimen pudiera generar. De hecho, a la vista de los hechos se puede incluso afirmar que gran parte del éxito de la Reforma Política tuvo que ver con la capacidad de la televisión para lograr sintetizar el contenido de ésta y asociarlo simbólicamente a la imagen televisiva, el atractivo y el carisma de un joven presidente que en pocos meses, gracias también a la comunicación televisiva, logró pasar de ser un simple desconocido al líder indiscutible de la Transición. Esa asociación simbólica es la que más tarde le permitió al propio presidente Suárez, más allá de que los hilos fueran supuestamente dirigidos desde la sombra por un Torcuato Fernández Miranda, presidente de las Cortes y del Consejo del Reino, aprovecharse de todo el rédito político de la operación para tal y como afirmó el propio Gregorio Morán, emanciparse de su amplia influencia una vez pasado el referéndum y anunciar su candidatura a las primeras elecciones democráticas que se celebrarían el 15 de junio de 1977.²²

²² Gregorio Morán hace referencia a esta emancipación narrando en detalle lo ocurrido en una comida entre Torcuato Fernández Miranda, Adolfo Suárez, sus dos respectivas esposas y el Rey, acompañado éste de la Reina, de su hermana doña Margarita y de su esposo. Véase Gregorio MORÁN: *Adolfo Suárez. Historia de una ambición*, Barcelona, Planeta, 1979.