

Un formato de éxito en una cadena inadecuada: *Tómbola* en la televisión pública valenciana

M^a Teresa Mercado Sáez

Universidad Cardenal Herrera-CEU

Marzo de 1997. Tres meses después del estreno del debate espectáculo *Parle vosté, calle vosté* en Canal 9, la televisión pública dirigida desde abril de 1996 por Jesús Sánchez Carrascosa, incorpora un nuevo programa: *Tómbola*. Centrado en la información del corazón, aparece en un contexto marcado por una política de programación que busca incrementar los niveles de audiencia. Ambos espacios comparten productora, Producciones 52, y según GECA (1998: 147), “aunque con distintos estilos, también comparten el mismo propósito: mantener viva la polémica. En cierto modo, el programa especializado en los asuntos del mundo del corazón, hereda del *Parle vosté* el gusto por el estruendo y la figura de los polemistas”. Ocho meses después dimitiría Jesús Sánchez Carrascosa, momento en que Canal 9 se situaba como la segunda cadena en audiencia a nivel nacional en la Comunidad Valenciana.

La directora de *Tómbola*, Carmen Ro, definía así los objetivos del programa antes de su emisión: “No vamos a sacar las habituales persecuciones a famosos en las que se asedia para conseguir declaraciones. Queremos mostrar cómo son de verdad ellos, que las gente les vea y sepa cómo es su personalidad” (*Las Provincias*, 10 de marzo de 1997, p. 72). Su estreno, el jueves 13 de marzo de 1997, fue espectacular debido al abandono del plató de la hija de Julio Iglesias e Isabel Preysler, diciendo: “Me da vergüenza tu programa. Esta gente son gentuza”. Este momento marcó el estilo a seguir por el programa. Ni los programadores más osados hubieran imaginado tal situación en directo. *Tómbola* consiguió una cuota de pantalla media del 28’2 por ciento con picos del 64,3. Fue líder de audiencia durante toda la emisión y ‘derrotó’ en la Comunidad Valenciana a la hasta entonces imbatida serie de Lina Morgan

Hostal Royal Manzanares (26,4 por ciento frente al 28,2 de *Tómbola*, siete puntos menos que en el resto de España).

Tras el éxito de su primera entrega, Telemadrid comienza a emitirlo la semana siguiente y siete días después, hace lo propio Canal Sur, consiguiendo en ambos casos destacados resultados de audiencia en su primera temporada, 26,5 por ciento y 23,4 de *share* respectivamente, aunque por debajo de su rendimiento en Canal 9 (30,3 en la temporada 1996/97). “Las tres coberturas televisivas proporcionan, curiosamente, el mismo perfil en cuanto a sexo y clase social: femenino y de clase alta y media” (GECA 1998: 147).

Desde el primer día fue “el estandarte de la ‘telebasura’ y objeto de múltiples debates sobre la función de las televisiones públicas. A la vista del cada vez más escandaloso tono que alcanzaba el programa, Canal Sur lo suprimiría cinco meses después. En Telemadrid se mantuvo en antena hasta febrero de 2001, impermeable a las críticas y justificando su permanencia por la rentabilidad económica y las buenas marcas de audiencia” (*El País*, 28 de febrero de 2001).

El recién nombrado director general de Telemadrid, Francisco Giménez Alemán¹, anunciaba en febrero de 2001 la retirada de *Tómbola*. El mismo día de su posesión en el cargo ya había declaraba: “No me ha gustado nunca *Tómbola* y sigue sin gustarme. Mi intención es que desaparezca, pero no quiero adelantar acontecimientos (...) Las televisiones públicas tienen que sacrificar algún punto de audiencia a favor de un mayor nivel de calidad y sobre todo de buen gusto. Eso es precisamente lo que hay que sopesar y tomar las decisiones oportunas” (Colpisa, 19 enero de 2001).

A la hora de adoptar esta decisión le ayudaba el hecho de que tenía una menor audiencia: “Actualmente se encontraba en una cuota de pantalla del 30 por ciento desde el 40 que tuvo en su día”, además de que desde de enero de 2001 ya no contaba con patrocinador (*Agencia EFE*, lunes 26 de febrero de 2001).

¹ Giménez Alemán fue nombrado tras el polémico cese del anterior, Silvio González, por permitir la emisión de un reportaje titulado ‘Los Caminos de Euskadi’ sobre el conflicto vasco en el programa *30 Minutos*. Según Consejo de Administración de RTVAM. “no mantenía una actitud beligerante contra el terrorismo”.

El País al día siguiente afirmaba que para Telemadrid, *Tómbola* era un gran negocio. Lo compraba por 7,7 millones de pesetas y sus ingresos publicitarios multiplicaban esa cifra, es decir, era “una buena inversión”. Según el diario, la supresión de *Tómbola* sí “pilló por sorpresa a los responsables de Canal 9, que no ocultaron su malestar”. Ni el director general de RTVV, José Vicente Villaescusa, ni representantes de la productora quisieron valorar abiertamente la decisión. “También en el PP valenciano el malestar era evidente. Fuentes de este partido reconocieron que no habían tomado en serio los avisos de que Telemadrid estudiaba suprimir *Tómbola*”. Al margen de los posibles perjuicios económicos, que se traducían en el reparto de los gastos de producción y en el recorte de la facturación publicitaria, “fuentes del PP valenciano criticaron en privado las formas utilizadas por Telemadrid, que presenta la medida como progresista y deja a Canal 9 a la intemperie de las críticas” (*El País*, 27 febrero de 2001).

En Valencia, el portavoz socialista en la comisión de control de RTVV en las Cortes Valencianas, Francesc Colomer, pedía que cundiera el ejemplo Colomer: “Los responsables de TVV son los padres de este programa y la cadena valenciana, el referente estatal de la ‘telebasura’”. El portavoz del PSPV indicó que “el criterio de la audiencia, argumento oficial del PP y del Gobierno valenciano para apoyar este programa, funciona igual aquí que en Madrid y en su día en Andalucía, pero las cadenas públicas tienen que cumplir una función y tienen unos límites éticos y profesionales”. Desde el PSPV-PSOE se recordaba que habían pedido en más de 20 ocasiones en el seno del consejo de administración la retirada del espacio por contenidos “burdos, ofensivos e insultantes”.

Sin embargo, al día siguiente, el presidente del Gobierno valenciano, Eduardo Zaplana, aseguraba que Canal 9 seguirá emitiendo el programa, porque “no nos tenemos que mover simplemente porque otros hayan tomado la decisión. No veo *Tómbola*, pero tampoco me tengo que sumar a una corriente de ataque sólo porque se haya tomado una decisión legítima, pero que se podía haber tomado antes” (*SERVIMEDIA*, miércoles 28 de febrero de 2001).

Tómbola siguió emitiéndose en Canal 9, Antena 3 Internacional, Vía Digital y numerosas emisoras locales españolas hasta el 25 de noviembre de 2005.

Tómbola en TVV

La cuota de pantalla de *Tómbola* permitía al programa cumplir el primer año a pesar de vivir “inmerso en la polémica” (*Levante-EMV*, jueves 12 de marzo de 1999). El director general de RTVV, Josep Vicent Villaescusa, lo había manifestado en las Cortes valencianas: “el actual marco legal exige a las cadenas públicas ser competitivas”. El director de Canal 9, José Forner, reconoció que sería demasiado gravoso para la cadena prescindir de *Tómbola*, uno de los programas con más audiencia de la televisión autonómica, a pesar de haber “copado buena parte de las críticas y de los escándalos vividos en los platós de Canal 9 durante 1997”, según el diario. *Levante* proseguía afirmando que el 27,1 por ciento de cuota de pantalla que había conseguía *Tómbola*, que costaba de media unos 16,5 millones de pesetas por entrega, había sido el oxígeno que lo ha mantenido contra las críticas de la oposición.

A pesar de estas críticas, *Tómbola* recibía dos premios GECA en 1997 por el ser el programa más visto en Telemadrid y en Canal 9, convirtiéndose en el primer programa que obtenía el galardón doblemente. El presentador del espacio, Ximo Rovira, esperaba al respecto que cesara “ese injusto viento y mucha marea que ataca al programa” (*Las Provincias*, 12 de noviembre de 1997).

Rovira hacía balance de la exitosa primera temporada de manera muy positiva por la repercusión y el apoyo del público. Definía *Tómbola* como un “programa de entretenimiento, comercial, que no pretende engañar a nadie”, que no busca el escándalo. A propósito de la definición de *Tómbola* como ‘telebasura’, Ximo Rovira afirmaba: “Si usted llama ‘telabasura’ a programas como *Tómbola* está llamando ‘telebasura’ a personajes como Sara Montiel, Carmen Sevilla, Bertín Osborne, Carmen Martínez Bordiú, por citar sólo alguno. Y está calificando de basura a periodistas que llevan más de treinta años en la prensa del corazón, a millones de personas que la leen a la semana y a millón y medio de personas que nos siguen cada semana, por no decir del equipo del programa o de mí [...] Las críticas deben hacerse

con conocimiento de causa de lo que es televisión”. En relación con su emisión en una cadena pública, el presentador de *Tómbola* afirmaba: “No nos engañemos. Si las televisiones públicas que lo emiten creen conveniente -teniendo en cuenta sus estatutos de creación- ofrecer programas comerciales en ciertas horas, pues hay que tener en cuenta que también son sociedades anónimas y tienen que mirar las cuentas de resultados y la publicidad. Es decir, somos un programa competitivo y la cadena pública que nos contrata debe calibrar si a ciertas horas le interesa ser competitiva, para después en otro momento, poder emitir programas de servicio, en tanto en cuanto cadena pública” (GECA, 1998, 148-149).

Los costes del programa fueron uno de los puntos más polémicos. Algunos de los consejeros de RTVV manifestaron en reiteradas ocasiones su malestar por desconocerlos de manera oficial. Miquel Mazón, consejero socialista (*Las Provincias*, 1 de octubre de 2000), se quejaba: “Todos los partidos hemos pedido reiteradamente los gastos al respecto, pero se nos niega alegando que forma parte de la documentación de empresas privadas”. Incluso Pedro García, nuevo director general de RTVV desde julio de 2004, se negó, tras la supresión del programa, a facilitar las minutas de *Tómbola* amparándose en la confidencialidad de la ley mercantil de derecho privado por la que se firman los contratos del Ente Público con las productoras.

Las únicas referencias a las cantidades que cobraban los invitados aparecían publicadas en los medios de comunicación, sin citar las fuentes de la información. “Algunos de sus invitados se han embolsado por sentarse en el sofá en forma de labios encarnados hasta 60.000 euros. La ficha de los preguntadores, cinco en cada programa, no ha bajado de los 3.000 euros por entrega. Y entre dos y cuatro veces más cobraban de media los otros cinco invitados” (*El País*, 28 de noviembre de 2004, p. 68). En ocasiones, eran desveladas por participantes en el programa. Así, Mariñas afirmaba en *La Mañana* de la COPE que cada una de las invitadas que acudió al primer programa se embolsó un millón de pesetas, y Chábeli Iglesias un millón y medio (*Levante-EMV*, 16 de marzo de 1997). Dos años después, el mismo periodista

en el mismo magacín radiofónico, revelaba que Coto Matamoros había percibido seis millones de pesetas tras confesar haber sido el responsable de suministrar a la revista *Interviú* las fotos de Alessandro Lecquio y Mar Flores en la cama. Ésta por su parte, también cobró seis millones. Uno menos de los que se dice cobró el italiano por acudir al programa, después de su desnudo en la anteriormente citada revista; idéntica cantidad recibida por Antonio David Flores, que contó las supuestas infidelidades de su ex mujer, Rocío Carrasco.

Otro de los aspectos más criticados era la emisión de publicidad encubierta en el programa. El sábado 30 de septiembre de 2000, el diario *Las Provincias* hablaba del último programa emitido dos días antes: “El tono del popular programa se sumergió por completo esta semana en lo vulgar y en el mal gusto. No hay control y toda vale. Los responsable de esta espacios se olvidaron de que todo espacio al que tiene acceso el gran público debe mantener un mínimo de control sobre sus contenidos [...] un programa en el que lo erótico coqueteó con el porno. Alusiones a violaciones, menciones a mensaje eróticos a través de teléfonos móviles se fueron sucediendo a lo largo del controvertido *Tómbola* [...] La publicidad que de otras empresas realizan los invitados fijos del programa, así como los representantes del famoseo en TVV, se alza como tema de discusión”.

Esto último era el quid de la cuestión. El subtítulo del artículo decía que ‘los invitados promocionan sus productos y hurtan a TVV ingresos publicitarios’. *Las Provincias* veía como Jesús Mariñas hablaba de *El Diario de Valencia*, que acabada de aparecer en los quioscos, periódico con el que *Las Provincias* mantiene una relación que va más allá de la rivalidad empresarial. Miquel Mazón era la fuente elegida para valorar el contenido de ese programa: “Es totalmente irresponsable, no lo pude aguantar durante mucho tiempo, *Tómbola* ha llegado hasta tal extremo que resulta insoportable. Se recurre a la degeneración, se acosaba verbalmente a una de las invitadas haciendo referencias a masturbaciones, con palabras como hacer ‘manuelas’, se busca conseguir audiencia con lo que sea alcanzando vejaciones de todo tipo, sobre todo moral. Ya está bien de llegar a esto, cualquier televisión del

mundo no lo consentiría; además, la Ley de Creación de TVV dice que se debe fomentar la lengua y defender los valores de la juventud, y *Tómbola* lo vulnera continuamente, este programa debe ser retirado de inmediato de la parrilla, ya está bien de soportar esto”.

El cinco de octubre de 2000, los consejeros de Radio Televisión Valenciana (RTVV) llamaban la atención de la directora de *Tómbola*, Carmen Ro, para que se esfuere para evitar cualquier salida de tono del programa durante su emisión. El Consejo de Administración, por unanimidad, tomó la decisión de instar al director general, José Vicente Villaescusa, que asistió a la reunión, para que oficie a la productora del programa *Tómbola* en el sentido de que se atenga estrictamente a las normas que contiene el Estatuto de Creación de Radio Televisión Valenciana. Además, se solicitó que se sigan las reglas del buen gusto y se cuide el lenguaje y que a determinadas horas se avise que el programa está recomendado sólo para mayores de 18 años. Es la primera vez en la historia del ente que un espacio televisivo de Canal 9 recibe un apercibimiento de este tipo.

Epílogo

“Tras 383 programas, siete años, ocho meses y una semana de emisión, 2.000 entrevistas y 1.500 horas de televisión en directo, con el único objetivo de que ustedes lo pasen bien”, así despedía Ximo Rovira el programa *Tómbola* el jueves 25 de noviembre de 2004. “Y hoy no va a ser una excepción”, añadía el presentador para dar paso a los invitados de la última noche.

Desde la televisión pública valenciana se avisaba de la noticia a los medios un día antes. La *Agencia EFE* informaba de que *Tómbola*, la oferta habitual de la noche de los jueves en Canal 9, se emitía ese mismo jueves por última vez, “según señalaron a EFE fuentes del ente público Radio Televisión Valenciana”. La agencia explicaba que los contratos para la realización del programa se renovaban últimamente con carácter semanal con la empresa responsable de su elaboración, Producciones 52. Según las mismas fuentes, en televisión no hay programas “eternos” aunque *Tómbola*

ha cumplido, durante estos siete años, con sus objetivos al llegar a tener en 2000 una cuota de pantalla media del 31,6 por ciento, mientras que en 2004 era del 17,4 por ciento.

Por la tarde, *Europa Press* informaba de las declaraciones del vicepresidente del consejo de administración de RTVV, el socialista José I. Pastor: “La supresión del programa *Tómbola* de la parrilla de programación de Canal 9 no se debe a un ataque de sensatez de la dirección del ente, sino a la pérdida masiva de audiencia” de un espacio que ha costado, según sus datos, más de 36 millones de euros. La desaparición de *Tómbola* “marcará un hito en la historia del periodismo valenciano, porque hoy se pone punto y final a un ejemplo bochornoso de ‘telebasura’ financiado con el dinero de todos los valencianos”, que ha costado “lo mismo que costaría construir un hospital de 200 camas y lo peor de todo: un programa que ha degradado hasta límites insospechados la dignidad de las personas”. Para el socialista, “muchos valencianos hemos sentido vergüenza al financiar con fondos públicos un programa de estas características, que ha provocado además la pérdida de credibilidad de nuestra televisión autonómica”. Afirmaba que “el mal ya está hecho”, ya que “ese dinero malgastado ya no lo recuperaremos nunca, pero será mucho más difícil recuperar la credibilidad y la dignidad perdidas”. Añadió que “con su desaparición, comienza a tambalearse un modelo de televisión, el del PP, basado en la manipulación, el despilfarro y la ‘telebasura’”. En su opinión, quedaba todavía “mucho camino por recorrer, y el Consell de Francisco Camps parece estar más preocupado por seguir la senda del despilfarro y la manipulación informativa que por convertir RTVV en un ejemplo de televisión pública, en valenciano y de calidad”.

Los dos diarios valencianos más importantes, *Levante-EMV* y *Las Provincias*, anunciaban la despedida ese mismo día en portada. El primero hablaba del último programa “tras 7 años de polémicas”, mientras que el segundo optaba por el más neutro “tras casi ocho años en antena”. También *El Mundo Valencia* llevaba a la primera página el asunto, en este caso aludiendo a la pérdida de audiencia como

motivo de la retirada. En *Abc*, la noticia aparecía en las páginas de ‘Comunicación’ de la edición nacional.

Para *Levante-EMV*, “la nueva dirección de TVV pretende eliminar el programa sin hacer ruido, por lo que, previsiblemente, tanto los invitados como el presentador, Ximo Rovira, se despedirán esta noche emplazando a la audiencia a contemplar un nuevo programa”. Al parecer, la dirección de Canal 9 quiere “bajar el telón del *Tómbola* sin estridencias”. Ni siquiera los colaboradores conocían la decisión.

Tómbola sólo logró un 12’6 por ciento de audiencia y una media de 145.000 seguidores, como destacaba *Las Provincias* el sábado 27: “*Tómbola* se despide con la peor audiencia de su historia. El espacio de Ximo Rovira se retiró de Canal 9 con la audiencia más baja obtenida durante sus ocho años de emisión, un 12’6 por ciento de *share*” (*Las Provincias*, 27 de noviembre de 2004). Sin embargo, el periódico se equivoca al afirmar que es el peor *share* de su historia: cuatro emisiones, todas en 2004, consiguieron peores cuotas de pantalla. La más baja fue la del 21 de abril, con un 11,7 por ciento.

Para *Levante-EMV*, “apenas lo promocionaban ya en la programación tras la entrada del nuevo director general, Pedro García, y del director de Canal 9, José Llorca, quienes han imprimido un giro radical en la política televisiva en relación a los polémicos espacios del corazón”. Según el diario, *Tómbola* estaba condenado desde la entrada de García, nombrado director general “suplente” de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) por el Consell el 2 de julio de 2004².

² El hasta entonces secretario autonómico de Comunicación, Pedro García Gimeno, sustituía a José Vicente Villaescusa, que dimitió el 30 de junio. El diario *El País* decía entonces que su marcha “abre la vía a futuros cambios en Canal 9”, especialmente al de la directora de Televisión Valenciana, Genoveva Reig. Según el periódico, el Consell aún no tenía decidido sustituto “tras el último episodio de la batalla en el seno del PP”: “La dimisión no es ajena a la confrontación entre campistas y zaplanistas. La marcha de Villaescusa venía gestándose desde hace tiempo. En la negociación intervinieron el presidente de la Generalitat y el consejero Font de Mora. “Pese a ello, el Consell no tiene el sustituto que deberá gestionar la muy delicada situación económica de RTVV, que arrastra una deuda de 553 millones de euros acumulada en diez años. Éste ha sido otro factor desencadenante de la dimisión...”, según explicaba *El País Comunidad Valenciana* (1 de julio de 2004).

Según *Las Provincias*, el programa “decano” del corazón ha sido el “centro de la polémica en Canal 9 durante años, ha soportado toda clase de dardos por sus contenidos y ha provocado verdaderos quebraderos de cabeza a los directivos del ente público”.

Javier Reigadas escribía en *Abc*: “La desaparición de *Tómbola* no ha sorprendido a nadie. Era una crónica de una muerte anunciada, desde que los peones del presidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps, han ido sustituyendo a la vieja guardia colocada por su antecesor, el hoy portavoz del Partido Popular en el Congreso de los Diputados, Eduardo Zaplana³ [...] Era una cuestión de tiempo, ya que el golpe de timón estaba dado y decidido para recuperar el patrón de calidad del Ente.” Desde *Abc* no se hacía alusión a la pérdida de audiencia como motivo de la supresión del programa.

El Mundo en su ‘Suplemento Valencia’ afirmaba que aunque “la causa principal de su supresión se argumenta en la pérdida de audiencia, su historia siempre ha tenido protagonismo político. De hecho, fue uno de los elementos de fricción entre el PSOE y EL PP, e incluso entre el anterior equipo zaplanista y el sector campista”. En la misma línea que *Levante-EMV* y *Abc*, *EL Mundo* alude a la lucha por el control de RTVV que provocó la marcha del anterior director general, el nombramiento de Pedro García (*El Mundo*, 25 de noviembre de 2004, Suplemento Valencia, p. 3). Al día siguiente, se recogían las palabras pronunciadas por los colaboradores del programa a modo de despedida. Y de nuevo se hacía referencia a las “fricciones políticas entre los campistas, contrarios al espacio, y la antigua dirección de la cadena, encabezada por una persona afin a Zaplana, Genoveva Reig” (*El Mundo*, 26 de noviembre de 2004, Suplemento Valencia, p. 16).

Ese viernes 26 de noviembre de 2004, muchos periódicos se hacían eco de la última emisión del programa. *La Voz de Galicia* afirmaba: “*Tómbola* se queda sin números. El espacio precursor de la ‘telebasura’ rosa echa el cierre. Lo que no

³<http://www.abc.es/abc/pg041125/prensa/noticias/Comunicacion/Comunicacion/200411/25/NAC-COM-102.asp>

podieron los políticos ni los críticos lo consiguió el aburrimiento: ya no tiene audiencia”.

El diario *El País* esperó hasta el domingo (28 de noviembre de 2004) para informar del final del programa. En un reportaje titulado “la audiencia echa a *Tómbola*”, la periodista Lidia Garrido recordaba los conocidos ‘episodios’ en el párrafo de antecedentes.

“Canal 9 liquida *Tómbola*, el espacio que inició la ‘telebasura’”, así titula *La Vanguardia* la noticia principal de su página de ‘Comunicación’ el lunes 29 de noviembre. Según el diario, *Tómbola* firmó su condena de muerte el mismo día en el que el periodista Jesús Mariñas, presente desde el primer programa, midió el pene a Nico, un ex concursante de *Gran Hermano*. Ocurría el pasado mes de abril, y desde el Gobierno valenciano se dejaba claro que ese tipo de contenidos no eran tolerables en una televisión pública. No siempre fue ésta la opinión del Ejecutivo autonómico. Pero el ascenso de Francisco Camps a la presidencia de la Generalitat valenciana varió el criterio de una Administración que con Eduardo Zaplana, ex presidente valenciano, alentó y promovió la existencia de este y otros programas semejantes [...] Sólo era cuestión de tiempo y de que Francisco Camps nombrara un nuevo director general de RTVV en sustitución de la zaplanista Genoveva Reig para controlar el ente público” (*La Vanguardia*, lunes 29 de noviembre de 2004).

El diario *Levante-EMV* fue el que mayor relevancia otorgó a la desaparición del programa. Así, en el periódico del ‘día siguiente’, se le dedicaba la foto de portada, el editorial (p. 2) y dos páginas (76-77). Los responsables del programa guardaron silencio y declinaron hacer declaraciones, remitiendo a la dirección de Canal 9 para “cualquier comentario”. Según el diario, desde la productora prohibieron a los colaboradores opinar al respecto. En el editorial se hablaba de la televisión valenciana como “el canal madre que compró la idea original y casi la convirtió en la imagen de marca y buque insignia de la parrilla de Canal 9”. Cumpliendo la promesa que hizo Pedro García cuando llegó a su cargo y por “el indoloro método de la no renovación del contrato”, *Tómbola* dejará de emitirse, al menos en un canal público. “Ha sido un

foco permanente de excesos y pésimo gusto, arrastrando por los suelos el prestigio de la televisión pública valenciana, las encuestas revelan que hasta los propios espectadores del programa entienden que un canal público no puede mantener sus cuotas de audiencia mediante programas de dudosa ética y nula educación, pues resulta obvio que el ciudadano desea el mayor y más variado menú televisivo” (*Levante-EMV*, viernes 26 de noviembre de 2004, p. 2)⁴.

Diario de Valencia, dirigido por Jesús Sánchez Carrascosa, ofrecía su particular punto de vista echando por tierra el argumento del descenso de audiencia como motivo de la desaparición del programa. Así, elegía como tema del día el 8 de diciembre el descenso de audiencia en la televisión autonómica: “La audiencia de Canal 9 cae en picado por el fracaso de los nuevos programas”, podía leerse en un titular a cinco columnas. Según la entradilla de la noticia, desde que García asumió la dirección general del ente, la media de 18,6 puntos de *share* en los últimos nueve años de gobierno del PP ha descendido “a sólo 16,2 en la actualidad”. Este hundimiento podría suponer unas pérdidas en ingresos publicitarios de más de 15 millones de euros (unos 2500 millones de pesetas), “según han admitido a *Diario de Valencia* fuentes de RTVV”. La emisión de nuevos programas como *Matí, matí*, con una “raqútica” audiencia de 6,5 puntos, *Efecte Palomar* con 6,8; o *El Típic Programa*, con 12,2, ha arrastrado a Canal 9 al peor noviembre de los últimos ocho años. En la información se detallan los índices de audiencias de otros programas pero se centra en el sustituto de *Tómbola* ofreciendo sus datos de audiencia en el día de su estreno, el 2 de diciembre de 2004. “El programa que ha cosechado un mayor fracaso ha sido *Efecte Palomar* (...) Pese a comenzar a emitirse en hora punta –a las 22:50 horas – *Efecte Palomar* está logrando unos resultados lamentables, con solo un 6,8

⁴ El mismo diario incluía cuatro días después dos artículos de opinión en relación a la crónica rosa. El primero trataba sobre la denominada ‘sentencia Carolina’ del Tribunal Europeo de Derechos humanos. El segundo, titulado “¡Adiós, *Tómbola*, adiós!”, firmado por Francisco Mora, decía cosas como: “Ya no radica en Valencia la reserva espiritual de espurreo de mierda. El jueves pasado se cerró por fin el capítulo de la contribución de Sánchez Carrascosa, ex de Consuelito y de tantas cosas más, a la desvergüenza nacional televisiva. Nadie podrá negarle al amigo cartagenero amigo de Zaplana el mérito de haber entronizado en la pantalla de TVV, durante su señorío de horca y cuchillo, el programa más cochino y garbancero de todas las televisiones habidas y por haber”.

por ciento de *share*”. El diario añadía que “el fracaso es mayor teniendo en cuenta que el director general del ente, Pedro García, ha ordenado dar mucha publicidad a *Efecte Palomar* para evitar su hundimiento nada más nacer”.

En definitiva, la polémica acompañó a *Tómbola* desde el primer hasta el último programa, e incluso después de su desaparición. Su trayectoria ha estado envuelta en la paradoja de ser uno de los programas más criticados en la historia de la televisión española y al mismo tiempo, uno de los favoritos del público. Como la mayoría de los periódicos recogieron, la desaparición del programa se debió más a las fricciones internas en el partido Popular valenciano que a una reflexión acerca del papel de las televisiones públicas. Las luchas internas por el control de la televisión autonómica llevaron a un desgaste del programa que vio como su audiencia descendía, todo ello acompañado de importantes cambios a tener en cuenta: por un lado, la aparición de competidores en otras cadenas; cadenas privadas que pagaban más a los invitados. Estos programas, claramente inspirados en el formato emitido en Canal 9, arrebatan a golpe de talonario las “exclusivas” al espacio. Por otro lado, el día tradicional de emisión de *Tómbola*, el jueves, acogió desde 2001 el formato que revolucionaría las audiencias en nuestro país: *Gran Hermano*, emitido en Telecinco, y después la serie de TVE *Cuéntame cómo pasó*. En cualquier caso, la media de 2005 del 17,4 por ciento, la peor del programa, es mejor que la de muchos otros programas de la televisión pública.

Consideramos que las televisiones públicas no deben guiarse por criterios de audiencia idénticos a los de las cadenas privadas por razones obvias recogidas en sus estatutos de creación, más si tenemos en cuenta que las variables económicas no rigen los destinos de estas televisiones que tienen millones de euros de pérdidas acumuladas. La audiencia no debe convertirse en una excusa válida tanto para mantener como para eliminar espacios polémicos.

La trayectoria del programa *Tómbola*, objeto de múltiples debates sobre la función de las emisoras autonómicas, es un excelente punto de partida para reflexionar acerca

del principal reto de la televisión pública: alejarse del *share* como suprema referencia y concentrarse en los principios que inspiraron su creación.