

# El Benidorm Fest y los espejismos demoscópicos

**JOSU MEZO**

En mis clases con periodistas, suelo insistir en que ciertas nociones (muy básicas) de estadística son necesarias para los reporteros de todas las secciones. No solo los de economía o sociedad manejan números. Lo hacen los de deporte, los de sucesos, los de política, evidentemente, y también los de cultura (libros o entradas vendidas, precios de obras de arte en subastas, presupuestos de películas...). Y así, en este artículo, vamos a ver cómo incluso, por ejemplo, los periodistas que cubrieron un acontecimiento como el Benidorm Fest, y en particular el alboroto que se organizó en la final, con la elección de la canción *SloMo*, de Chanel, para representar a España en el Festival de la Canción de Eurovisión de 2022, se habrían beneficiado de unos conocimientos elementales de estadística.

Les refresco la memoria: en la última semana de enero se celebró el Benidorm Fest, un concurso musical retransmitido por Televisión Española

para seleccionar la canción representante de España en el Festival de Eurovisión de este año, que tendrá lugar el 14 de mayo en Turín (en futuro, cuando escribo estas líneas; en pasado, cuando ustedes las lean). Las 13 canciones participantes se enfrentaron en dos semifinales de seis y siete canciones, de las que salieron las ocho que participaron en la final, celebrada el sábado 29 de enero. Hasta ese día, la experiencia del Benidorm Fest parecía un considerable éxito, ya que el consenso era que el nivel de los participantes era alto, con gran variedad de géneros, los eurofanos estaban contentos y la audiencia fue bastante buena. Varias de las canciones en liza habían entrado en puestos altos en las listas de canciones más vendidas o escuchadas en los servicios de *streaming*, y habían conseguido también muchas visualizaciones en plataformas como YouTube.

Al llegar la final, todos esos indicadores, más los pronósticos de las casas de

apuestas, apuntaban a que las favoritas eran tres canciones interpretadas por mujeres, de estilos muy diferentes: *Terra*, de Tanxugueiras, un tema folk cantado principalmente en gallego, con fragmentos en otras lenguas españolas; *Ay mamá*, de Rigoberta Bandini, un himno feminista; y *SloMo*, de Chanel, una canción de baile de estilo latino, con una parte importante de la letra en inglés. Y en efecto, esas tres canciones quedaron las primeras, pero la victoria de *SloMo* generó un aluvión de críticas en medios de comunicación y en las redes sociales, con la participación incluso de líderes políticos, que plantearon preguntas parlamentarias (TVE es un ente público financiado básicamente con impuestos). El sindicato Comisiones Obreras llegó a pedir que se dejara sin efecto la elección.

Las críticas tenían varias dimensiones. Algunas se referían a los contenidos de las canciones. Desde puntos de vista feministas se consideró que mientras que *Terra* y particularmente *Ay mamá* transmitían una imagen positiva y reivindicativa sobre el papel de las mujeres en la sociedad, rompiendo estereotipos y roles tradicionales, la letra de *SloMo* presenta a una mujer poderosa, sí, pero que basa su poder en su atractivo físico y su sensualidad. Según esta perspectiva, esto iría en contra de la visión igualitaria que una televisión pública tendría que promover en sus contenidos; y, por tanto,

no debería haberse seleccionado esta canción para representar a nuestro país en Eurovisión. El debate se engarza con la tensión, siempre presente en una televisión pública, entre el deseo de promover una serie de valores sociales que despiertan amplio consenso y la obligación de permitir que se difundan visiones alternativas sobre cuestiones de interés social y expresiones artísticas de todo tipo. Es una cuestión intrincada, de la que no me voy a ocupar aquí.

Me interesa más hablar de otras partes de la polémica relacionadas con cuestiones fácticas y numéricas, y del papel que en esas discusiones desempeñaron los medios. Por ejemplo, otra acusación se refería a que la canción no debería haber podido competir, porque superaba el máximo del 35% en lenguas extranjeras (en su caso, el inglés) que se había incluido en las reglas del concurso. Es una cuestión que me parece de interés por dos motivos. Primero, porque sirve una vez más para recordar cómo hasta las cuestiones estadísticas aparentemente más simples pueden tener detrás una complejidad no esperada. Resulta que si uno descarga la letra de la canción se encuentra, por un lado, que incluye bastantes onomatopeyas (*boom*, *doom*, *zoom*, *pa-pa-pa-pa*) y, por otro, que, como tantas otras canciones, contiene textos que se dicen una sola vez y otros que se repiten varias veces. De manera que la aparentemente unívoca cuestión

de qué porcentaje de la letra de esta canción está en inglés requiere, para ser respondida, precisar qué se hace con las onomatopeyas, y si se deben contar o no las repeticiones. La cuenta que al parecer hizo TVE consideraba las onomatopeyas como palabras no extranjeras, y no contaba las repeticiones, y daba lugar a un porcentaje del 29%, por debajo del límite establecido. Asimismo, contar las palabras en el texto de una canción es un ejercicio al alcance de cualquiera. Por lo tanto, aun reconociendo la intrascendencia de la cuestión, sería el típico asunto en el que los medios podrían hacer algo más que repetir lo que dicen unos y otros y aportar su propia información: “Según nuestras cuentas, las palabras en inglés son el x%, contando de esta manera, y el y%, contando de esta otra”. Hasta donde yo sé, ningún medio hizo ese ejercicio.

Más enjundia tiene el segundo bloque de críticas que tiene que ver también con los números, y se refiere a los resultados de la votación que eligió a la ganadora. El reglamento del Benidorm Fest indicaba que tanto en las semifinales como en la final la votación se haría pesando al 50% los votos de un jurado de profesionales y los votos del público. Estos, a su vez, provendrían en un 25% de la elección espontánea de personas que enviaran sus favoritos a través de televoto (por medio de SMS o llamadas) y en un 25% de las opiniones de una muestra representativa

de la población española “seleccionada mediante reglas estadísticas y demoscópicas”. La justificación de un sistema de votación mixto de jurado y elección popular es bastante obvia, puesto que es similar al que se usa en el propio Festival de Eurovisión, que la canción seleccionada debe aspirar a ganar. La justificación de que la parte popular no dependa solo del voto espontáneo se puede explicar con una sola palabra: Chikilicuatre.

Pues bien, la polémica apareció precisamente por las discrepancias entre los votos del jurado y los votos populares. En efecto, *Terra* fue la ganadora entre el público tanto en el voto espontáneo como en el voto con muestreo representativo, obteniendo 60 puntos (30 + 30), mientras que *Ay mamá* y *SloMo* se intercambiaron los puestos de segunda y tercera en los dos métodos de votación popular, cosechando cada una 45 puntos (25 + 20). Sin embargo, el jurado dio su máxima puntuación a *SloMo*, con 51 puntos, seguido de cerca por *Ay mamá*, con 46, y relegó a *Terra* a la quinta/sexta posición (empatada con otra canción), con 30 puntos. En definitiva, *SloMo* ganó gracias a los votos del jurado, que dejó a *Terra*, la ganadora clara entre el público, en quinta/sexta posición, impidiendo su victoria.

Ese resultado provocó inmediatamente el enfado de algunos eurofanos de-

fraudados, especialmente, claro, los partidarios del grupo gallego. A él se unieron, como he señalado arriba, algunos partidos políticos, periodistas y hasta sindicatos, poniendo en duda la limpieza del proceso. Los comentarios menos meditados se limitaban a protestar, sin más, porque la decisión de un jurado pudiera enmendar la plana a la voluntad popular, pero la posibilidad de que esto suceda es realmente intrínseca a un sistema de votación mixto. De hecho, en el propio Festival de Eurovisión es muy frecuente que la canción ganadora no sea la favorita del público. Y también es muy común que haya discrepancias importantes entre el televoto y el jurado de cada país, a veces de más de 20 puestos. Por lo tanto, una queja basada solo en que el resultado global no coincide con la elección del público es pueril.

De manera que para presentar un argumento medianamente defendible había que poner en duda las motivaciones, la profesionalidad o la independencia del jurado. Y eso es lo que hicieron varios comentaristas, con mayor o menor apoyo fáctico. Algunos apuntaron que una de las personas que formaba parte del jurado había trabajado ocasionalmente con la cantante Chanel, la ganadora, y más frecuentemente con uno de sus bailarines. Otros sugirieron que una casa de discos tenía prácticamente pactado con la dirección de TVE que Chanel fuera la ganadora. Algunos in-

sinuaron que los miembros extranjeros del jurado, por definición, no estarían interesados en que ganara alguien con posibilidades de éxito en Eurovisión. Más en general, se puso en duda todo el procedimiento de selección del jurado y las instrucciones que había seguido. Y finalmente, algunos portavoces políticos o mediáticos gallegos dieron a entender que tal vez el jurado había recibido indicaciones (no está claro de quién) para evitar que una canción cantada en su mayor parte en gallego, y no en castellano, fuera la elegida para acudir a Eurovisión.

El revuelo obligó a la dirección de TVE a desmentir en los días siguientes las acusaciones sobre el jurado, lo que acompañó, para mayor transparencia, con la publicación del detalle de la votación individual de cada uno de sus cinco miembros, así como los porcentajes obtenidos por las distintas canciones en las dos modalidades de votación popular. Pudimos así saber que a través del televoto se habían recibido 192.000 llamadas y SMS, totalmente concentradas en *Terra*, con 71 % de los votos, seguida muy de lejos por *Ay Mamá* (18%) y *SloMo* (4%). En cambio, las 350 personas del llamado voto demoscópico habían dado lugar a algo muy próximo a un triple empate entre *Terra* (14,59%), *SloMo* (13,88%) y *Ay mamá* (13,52%), con las otras canciones recibiendo también porcentajes cercanos, entre el 10,92% y el 12,62%.

Según el reglamento de la competición, lo único relevante para adjudicar los puntos era el orden, y no la distancia entre las votaciones, y por eso las tres primeras canciones recibieron, en cada uno de los sistemas de votación popular, 30, 25 y 20 puntos, aunque en uno hubiera una distancia gigantesca entre la primera y las demás; y, en cambio, en el otro estuvieran las tres casi empatadas (de hecho, creo que nadie ha observado que, dadas las mínimas diferencias del voto demoscópico, el cambio de uno o dos de los 350 votos habría hecho que *Ay mamá* quedara segunda en esa parte de la votación, lo que le habría llevado a ganar el Benidorm Fest).

Tras la difusión de estos porcentajes de voto, el contraste entre el deseo del público y el resultado oficial parecía aún más grotesco que en la noche del festival, cuando solo se sabía que *Terra* era la más votada por el público, pero no su ventaja. Así, varios de los principales medios del país resumieron la situación en términos similares a los de este titular de uno de los periódicos más vendidos: “Chanel ganó el Benidorm Fest con menos del 4% del voto popular frente al 71% que obtuvo Tanxugueiras”. Ahora bien, si la mitad espontánea del voto popular justificaba un titular como el anterior, la mitad demoscópica permitía escribir uno similar a este, que no apareció en ningún medio (hasta donde me consta): “El

jurado del Benidorm Fest rompió el cuasi empate entre las tres favoritas en el voto popular”.

En realidad, este segundo titular, que nadie publicó, sería el que más correctamente describiría la situación. Y aquí es donde un conocimiento estadístico básico habría beneficiado a los periodistas que cubrieron el tema, para rechazar la idea de que el voto telemático espontáneo fuera la mejor medida de los gustos populares que el voto demoscópico. Justamente eso es de lo primero que se explica en cualquier clase de estadística, opinión pública o encuestas, y es una idea que, de un modo u otro, tienen que haber oído ya todos los periodistas del mundo, cuando alguien les explica que los grupos autoseleccionados de personas que expresan su opinión con mucho entusiasmo sobre un tema (por ejemplo, en redes sociales) no tienen por qué representar a la sociedad en general. Vamos, que igual que “lo que ves en Twitter no es lo que piensa la gente”, lo que sale del televoto no es lo que piensan los espectadores.

Podríamos agradecer a TVE la oportunidad que nos ha dado para aprender, con un experimento natural, sobre la diferencia gigante que puede existir, al intentar conocer la opinión pública, entre usar una muestra representativa (es decir, una muestra creada con procedimientos aleatorios y cuotas,

que se parece en su composición a la población de referencia) y una muestra autoseleccionada no aleatoria. Los dos resultados tan distintos no pueden representar a la vez, obviamente, “la voluntad popular”.

En el caso que nos ocupa, la gigantesca mayoría del televoto en favor de una canción respondió con toda probabilidad a llamadas a la movilización pidiendo a la gente que la votara, por razones tanto musicales como de otro tipo. De hecho, aún se pueden encontrar en las webs de muchos medios gallegos páginas con títulos como “Cómo votar a Tanxugueiras en el Benidorm Fest”, lo cual, si nos ponemos estupendos, también podría denunciarse como una manipulación o una alteración de la limpieza del proceso. A pesar de su pequeño tamaño, la muestra de 350 personas elegida por una empresa de opinión pública representaba, sin duda, mucho más fielmente las preferencias del conjunto de la población (o a las que habrían llegado si, como imagino que se pidió a los 350 votantes que aceptaron participar en el estudio, hubieran visto las correspondientes galas).

Es como si comparamos la encuesta espontánea en la web de un periódico

con clara ideología en la que sus lectores participan diciendo a qué partido van a votar y la encuesta representativa encargada por ese mismo periódico a una empresa de opinión pública para saber lo que van a votar el conjunto de los españoles. Aunque en la primera haya decenas de miles de participantes y en la segunda unos cientos, es solo la segunda la que sirve para obtener verdadero conocimiento de la sociedad. Por los mismos motivos, el pseudoescándalo del jurado que ignoró los deseos rotundos de la gente es una ficción, porque sus deseos estaban en realidad muy divididos.

En fin, cuando lean estas líneas, el Festival de Eurovisión ya se habrá celebrado y sabremos si, tras tanta polémica, al menos la representante de España hizo un buen papel, como parecen augurar las apuestas [Chanel quedó tercera, mejor posición para España en 27 años]. Si es así, los miembros del jurado se sentirán reivindicados, aunque nunca sabremos, claro, qué habría pasado si nuestra representante hubiera sido *Terra* o *Ay mamá*. En todo caso, lo que sí sabemos ya es que tenemos que seguir mejorando la cultura de los periodistas y los ciudadanos en temas estadísticos y demoscópicos para evitar que crean en espejismos.