

¿Juegan los tertulianos a políticos profesionales?

por Víctor Solé y Carles Ferrés



Los tertulianos son animales políticos. Hace casi un año publicábamos *Els fills d'en Tertul·lià*, un primer análisis de estos profesionales de la opinión. Explicábamos también de donde viene la palabra *tertulia*, y por qué parece que sea tan poderosa en el imaginario colectivo catalán. Era, en fin, un primer esbozo sobre un fenómeno que parece que se haya quitado la máscara. En este artículo queremos seguir analizando el comportamiento de la tertulia mediatizada, convertida en teatro político. O mejor dicho: *utilizada* como **teatro político**.

El *show business* de la tertulia

Una de las metáforas más exitosas de la **política** es la que lo equipara al **teatro**. La posibilidad de representar ficciones en las pantallas y en las ondas, gracias a la evolución de la tecnología, ha trasladado el espectáculo, televisivo y radiofónico, también a la tertulia política, que se convierte en un negocio económico donde periodistas y/o expertos de diferentes ámbitos profesionales se prestan a representar un papel determinado dentro de platós televisivos y estudios radiofónicos. Dominar las herramientas de la comunicación no es fácil: puede ser un don de nacimiento o un lento pero perenne aprendizaje de unas determinadas habilidades. No todo el mundo puede alcanzar estas habilidades, no todo el mundo las posee. La tertulia política actual, convertida en *show business*, es también una herramienta que en España, y en Cataluña, se ha utilizado para difundir ideología.

Nuevos parlamentos

Dice el sociolingüista norteamericano Noam Chomsky que “la forma inteligente para mantener a la población pasiva es limitando el espectro de opiniones políticamente correctas, pero proveyendo debates acalorados dentro de los límites de este espectro”. Los platós televisivos, más que los estudios radiofónicos, son los escenarios perfectos para este específico teatro de la política. Una vez la desconfianza del ciudadano medio hacia las estructuras políticas tradicionales es bien presente, ya que se dan cuenta de que los teatros políticos clásicos –los órganos legislativos, por ejemplo, es decir, los parlamentos o cámaras o congresos donde los representantes del pueblo deben exponer las propias ideas y buscar pactos y acuerdos para lograr leyes que rijan la sociedad– son pesados y corporativistas, buscan en las pantallas y las ondas un punto de escape.

En épocas de cambio demasiado aceleradas donde el presente se convierte en pasado en milésimas de segundo, estructuras sólidas y tradicionalmente conservadoras como la **comunidad política** (entendida como *polity*, la estructura institucional donde se hace política) buscan nuevas formas de acercarse a la ciudadanía. Una ciudadanía en el siglo XXI que busca desasosegar con ficciones cada vez más rompedoras y punzantes, como una especie de **rebelión en el sofá**, momentánea, instantánea, **fast food visionado**. La tertulia actual, hija bastarda de la tertulia clásica, basada en la calma de la conversación en cafés, ateneos y terrazas, introduce el *show business* del que hablábamos anteriormente en cámaras parlamentarias falsas: son falsas porque los Alfonso Rojo, Eduardo Inda, Pilar Rahola y colegas no harán nunca ninguna ley, pero trasladarán lo que se comenta y se debate en el Congreso o en el Parlamento de Cataluña a la tertulia, que ofrece más libertad de tono: al fin y al cabo se trata de crear audiencia, de fidelizarla y mantenerla. Las salidas de tono son una constante, son el motor de las tertulias contemporáneas audiovisuales.

Los realizadores después trasladarán los momentos más relevantes del debate en internet, que se está fusionando con la televisión. **Vídeos virales** que serán modas de dos días y serán comentados y recordados durante una semana.

La puerta giratoria de la tertulia

Una metáfora, o símil, de la corrupción política, moral y material, que sentimos a menudo es la de **puerta giratoria**: ex ministros, ex presidentes del gobierno, ex-altos cargos de la

política profesional que, una vez se jubilan de su profesión, pasan a asesorar grandes empresas del Ibex 35, muchas de ellas dependientes de las páginas del Boletín Oficial del Estado. La puerta giratoria, una curiosa entrada y salida de nuestros tiempos que podría utilizarse también como metáfora de la tertulia.

En las últimas elecciones europeas del 25 de mayo 2014 vimos a tertulianos convertirse en políticos profesionales, y no al revés, como ha sido la tendencia natural desde hace años. El politólogo **Pablo Iglesias**, líder de Podemos, es el ejemplo paradigmático: inteligente, muy listo, comunicador exquisito, conductor de **La Tuerka** y de **Fuerte Apache**, que han crecido en internet como tertulias *alternativas*, utiliza con gran destreza la tertulia como herramienta para posicionarse dentro del supermercado electoral. Sabía que gracias a sus arengas y discursos, enojando periodistas muy significados con la derecha, muy *peperos*, como los ya mencionados Alfonso Rojo o Eduardo Inda, gustaría a la audiencia. Pablo Iglesias conoce el *show business* de la tertulia y la ha utilizado en beneficio propio. ¿Qué era Podemos hasta hace unos meses? ¿Qué sería Podemos sin **LaSexta Noche**? Y vamos más allá: ¿qué contraprestaciones le pedirá La Sexta a Iglesias en caso de que sus ambiciones puedan lograrse? El Cabo Kennedy de Pablo Iglesias y Podemos ha sido una de las televisiones de Atresmedia. Podemos ganó las #EP2014 moralmente, instalando cinco eurodiputados en Estrasburgo.

Podemos, sin embargo, no fue la única formación política que utilizó la tertulia como campo de fichajes para tener candidatos: Ciudadanos ha instalado dos tertulianos bien conocidos por la audiencia, Javier Nart y Juan Carlos Girauta, en el Parlamento Europeo. Y Ciudadanos también ha recolocado a Jordi Cañas a las tertulias una vez que éste tuvo que dimitir al ser imputado por un caso de corrupción. Son los partidos pequeños los que mejor saben utilizar el espectáculo, el teatro, de la tertulia audiovisual del siglo XXI.

El PSOE, asustado por este hecho, gran perdedor moral de unas elecciones europeas muy importantes para la historia de España –no olvidemos que fue después de estos comicios que el rey de España, jefe de Estado desde la muerte de Franco, decidió que habría un relevo en esta institución treinta y nueve años después–, decidió cambiar rápidamente su secretario general: después de que **Eduardo Madina** consiguió que en las primarias fueran todos los militantes que votaran el nuevo secretario general, y no los delegados, como se había hecho tradicionalmente, la dirección del partido socialista apostó fuerte por el casi

desconocido **Pedro Sánchez**. En pocos días, Sánchez aparecía en tertulias de La1, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Cadena SER, la COPE, Onda Cero... El PSOE utilizaba, pues, la tertulia como herramienta de presentación del profesor Sánchez, quien finalmente ganó las primarias.

Finalmente, otra política que está utilizando la tertulia como herramienta de presentación de las propias ideas es **Ada Colau**. Conocida por su etapa en la **Plataforma de Afectados por la Hipoteca**, Colau también utiliza este *teatrino* para introducir la plataforma **Guanyem Barcelona** y sus propuestas e ideas dentro del supermercado electoral.

¿Moda pasajera?

¿Cómo se ha instaurado en el sistema político catalán y español este cambio de tendencia, el afán de tener más protagonismo? ¿La necesidad de cambiar la estructura política que lleva enrocada tanto tiempo? ¿Cambiar el mundo o hacer ver que se puede cambiar?

¿Hasta qué punto estos nuevos políticos podrán llegar a influir y/o administrar la sociedad?

Habrá que ver hasta dónde llega el poder de Pablo Iglesias o de Ada Colau, convertidos en iconos para muchos, en posibles salvadores del desastre ocasionado por el sistema capitalista contemporáneo. Mentiríamos si afirmáramos que Pablo Iglesias y Podemos no tienen poder de convocatoria, ya que las elecciones europeas demuestran que tienen, así como la recogida de 30.000 firmas conseguidas por Guanyem un mes antes de lo previsto. ¿Hasta qué punto podrán tener continuidad estas ofertas políticas surgidas de los debates mediatizados?

La necesidad de reinventarse y seguir adelante puede hacer que el personaje termine quemando a la persona, y haciendo tropezar el producto creado. Pablo Iglesias es a Podemos aquello que Ada Colau es a Guanyem: líder, gurú y cara visible, eslogan y persona identificada con el eslogan. ¿Hasta qué punto podrán estas formaciones llevar a cabo sus proyectos sin sus grandes cautivadores? Muchos pueden criticar la forma de ser o de actuar, si bien por otro lado han demostrado la valentía de involucrarse en temas latentes –o no latentes– que afectan a la ciudadanía y que los grandes partidos tratan de solucionar casi opacamente.

Y he aquí otro interrogante: una vez se encuentren en la élite, ¿olvidarán sus inicios? Por desgracia a lo largo de la historia hemos podido contemplar cómo las promesas pueden

quedarse en palabras, viento insustancial que sale por la boca y que puede causar frustración y desengaño. Todavía es temprano, empero, para saber si los políticos profesionales surgidos de la tertulia audiovisual actual serán una moda pasajera o llegarán más lejos.