

Juguen els tertulians a ser polítics professionals?

per Víctor Solé i Carles Ferrés



Els tertulians són animals polítics. Fa gairebé un any publicàvem [*Els fills d'en Tertul·lià*](#), una primera anàlisi d'aquests professionals de l'opinió. Explicàvem també d'on ve la paraula **tertúlia**, i per què sembla que sigui tan poderosa a l'imaginari col·lectiu català. Era, en fi, un primer esbós sobre un fenomen que sembla que s'hagi tret la màscara. En aquest article volem seguir analitzant el comportament de la tertúlia mediatitzada, convertida en teatre polític. O més ben dit: *utilitzada* com a **teatre polític**.

El *show business* de la tertúlia

Una de les metàfores més reeixides de la **política** és la que l'equipara al **teatre**. La possibilitat de representar ficcions a les pantalles i a les ones, gràcies a l'evolució de la tecnologia, ha traslladat l'espectacle, televisiu i radiofònic, també a la tertúlia política, que esdevé un negoci econòmic on periodistes i/o experts de diferents àmbits professionals es presten a representar un paper determinat dins de platós televisius i estudis radiofònics. Dominar les eines de la comunicació no és pas fàcil: pot ser un do de naixement o un lent però perenne aprenentatge d'unes determinades habilitats. No tothom pot assolir aquestes habilitats, no tothom les posseeix. La tertúlia política actual, convertida en **show business**, és també una eina que a Espanya, i a Catalunya, s'ha utilitzat per a difondre ideologia.

Nous parlaments

Diu el sociolingüista nord-americà Noam Chomsky que “la forma intel·ligent per a mantenir la població passiva és limitant l’espectre d’opinions políticament correctes, però proveint debats acalorats dins dels límits d’aquest espectre”. Els platós televisius, més que els estudis radiofònics, són els escenaris perfectes per aquest específic teatre de la política. Un cop la desconfiança del ciutadà mitjà envers les estructures polítiques tradicionals és ben present, ja que troben que els teatres polítics clàssics –els òrgans legislatius, per exemple, és a dir, els parlaments o cambres o congressos on els representants del poble han d’exposar les pròpies idees i buscar pactes i acords per assolir lleis que regeixin la societat– són feixucs i corporativistes, busquen en les pantalles i les ones un punt d’escapament.

En èpoques de canvi massa accelerat on el present es converteix en passat en mil·lèsimes de segon, estructures sòlides i tradicionalment conservadores com la comunitat política (entesa com a **polity**, l’estructura institucional on es fa política) busquen noves formes d’apropar-se a la ciutadania. Una ciutadania al segle XXI que busca desassossegat amb ficcions cada cop més trencadores i punyents, com una mena de **rebel·lió al sofà**, momentània, instantània, **fast food visionat**. La tertúlia actual, filla bastarda de la tertúlia clàssica, basada en la calma de la conversa en cafès, ateneus i terrasses, introdueix el *show business* de què parlàvem abans en cambres parlamentàries falses: són falses perquè els Alfonso Rojo, Eduardo Inda, Pilar Rahola i col·legues no faran mai cap llei, però traslladaran allò que es comenta i es debat al Congrés dels Diputats o al Parlament de Catalunya a la tertúlia, que ofereix més llibertat de to: al cap i a la fi es tracta de crear audiència, de fidelitzar-la i mantenir-la. Les sortides de to són una constant, són el motor de les tertúlies contemporànies audiovisuals.

Els realitzadors després traslladaran els moments més rellevants del debat a internet, que s’està fusionant amb la televisió. **Vídeos virals** que seran modes de dos dies i seran comentats i recordats durant una setmana.

La porta giratòria de la tertúlia

Una metàfora, o símil, de la corrupció política, moral i material que sentim sovint és la de **porta giratòria**: exministres, expresidents del govern, ex-alts càrrecs de la política professional que, un cop es jubilen de la seva professió, passen a assessorar grans empreses

de l'Ibex 35, moltes d'elles dependents de les pàgines del Butlletí Oficial de l'Estat. La porta giratòria, una curiosa entrada i sortida dels nostres temps que podria utilitzar-se també com a metàfora de la tertúlia.

A les [darreres eleccions europees del 25 de maig 2014](#) vam veure com tertulians es convertien en polítics professionals, i no a l'inrevés, com ha estat la tendència natural des de fa anys. El politòleg **Pablo Iglesias**, líder de [Podemos](#), n'és l'exemple paradigmàtic: intel·ligent, molt llest, comunicador exquisit, conductor de *La Tuerka* i de *Fuerte Apache*, que han crescut a internet com a tertúlies *alternatives*, ha *utilitzat* amb gran destresa la tertúlia com a eina per a posicionar-se dins del supermercat electoral. Sabia que gràcies a les seves arengues i discursos, enutjant periodistes molt significats amb la dreta, molt *peperos*, com els ja esmentats Alfonso Rojo o Eduardo Inda, agradaria a l'audiència. Pablo Iglesias coneix el *show business* de la tertúlia i l'ha utilitzat en benefici propi. Què era Podem fins fa uns mesos? Què seria Podem sense *LaSexta Noche*? I anem més enllà: quines contraprestacions li demanarà La Sexta a Iglesias en cas que les seves ambicions puguin assolir-se? El Cape Kennedy de Pablo Iglesias i Podem ha estat una de les televisions d'Atresmedia. Podem va guanyar les **#EP2014** moralment, instal·lant cinc eurodiputats a Estrasburg.

Podem, però, no va ser l'única formació política que va utilitzar la tertúlia com a camp de fitxatges per a tenir candidats: **Ciudadans** ha instal·lat dos tertulians ben coneguts per l'audiència, **Javier Nart** i **Juan Carlos Girauta**, al Parlament Europeu. I Ciudadans també va recol·locar **Jordi Cañas** a les tertúlies un cop aquest va haver de dimitir quan se'l va imputar per un cas de corrupció. Són els partits petits els que millor saben utilitzar l'espectacle, el teatre, de la tertúlia audiovisual del segle XXI.

El **PSOE**, espantat per aquest fet, gran perdedor moral d'unes eleccions europees molt importants per a la història d'Espanya –no oblidem que va ser després d'aquests comicis que el rei d'Espanya, cap d'Estat des de la mort de Franco, va decidir que hi hauria un relleu en aquesta institució trenta-nou anys després–, va decidir canviar ràpidament el seu secretari general: després que **Eduardo Madina** va aconseguir que a les primàries fossin tots els militats què votessin el nou secretari general, i no els delegats, com s'havia fet tradicionalment, la direcció del partit socialista va apostar fort pel quasi desconegut **Pedro Sánchez**. En pocs dies, Sánchez aparegué a tertúlies de La1, Telecinco, Cuatro, La Sexta,

Cadena SER, la COPE, Onda Cero... El PSOE utilitzava, doncs, la tertúlia com a eina de presentació del professor Sánchez, [qui finalment guanyà les primàries](#).

Finalment, una altra política que està utilitzant la tertúlia com a eina de presentació de les pròpies idees és **Ada Colau**. Coneguda per la seva etapa a la Plataforma d'Afectats per la Hipoteca, Colau també utilitza aquest *teatrino* per a introduir la plataforma [Guanyem Barcelona](#) i les seves propostes i idees dins del supermercat electoral.

Moda passatgera?

Com s'ha instaurat al sistema polític català i espanyol aquest canvi de tendència, l'afany de tenir més protagonisme? La necessitat de capgirar l'estructura política que porta enrocada tant de temps? Canviar el món o fer veure que es pot canviar?

Fins a quin punt aquests nous polítics podran arribar a influir i/o administrar la societat?

Caldrà veure fins on arriba el poder de Pablo Iglesias o d'Ada Colau, convertits en icones per a molts, en possibles salvadors del desastre ocasionat pel sistema capitalista contemporani. Mentiríem si afirméssim que no tenen poder de convocatòria, ja que les eleccions europees demostren que en tenen, així com la recollida de 30.000 signatures aconseguides per Guanyem un mes abans d'allò previst. Fins a quin punt podran tenir continuïtat aquestes ofertes polítiques sorgides dels debats mediatitzats?

La necessitat de reinventar-se i seguir endavant pot fer que el **personatge** acabi cremant la persona, i fent ensopegar el producte creat. Pablo Iglesias és a Podem allò que Ada Colau és a Guanyem: líder, guru i cara visible, eslògan i persona identificada amb l'eslògan. Fins a quin punt podran aquestes formacions dur a terme els seus projectes sense els seus grans captivadors? Molts els poden criticar la manera de ser o d'actuar, si bé per altra banda han demostrat la valentia d'involucrar-se en temes latents –o no tan latents– que afecten la ciutadania i que els grans partits miren de solucionar quasi opacament.

I heus ací un altre interrogant: un cop es trobin a *l'elit*, oblidaran els seus inicis? Per desgràcia al llarg de la història hem pogut contemplar com les promeses poden quedar-se en paraules, vent insubstantial que surt de la boca i que pot causar frustració i desengany. Encara és d'hora, però, per saber si els polítics professionals sorgits de la tertúlia audiovisual actual seran una moda passatgera o si bé arribaran més lluny.