



## "Podemos" y la folletinización de la política: Pablo González o Felipe Iglesias

---

ÁNGELES DÍEZ :: 02/10/2014

La política contemporánea es apenas otra versión del intercambio de mercancías, los políticos se venden como marcas (la imagen) y los electores se asemejan a los consumidores

Los últimos acontecimientos políticos -la creciente conflictividad social, el ascenso de una fuerza política inexistente hasta las elecciones europeas, la abdicación del rey Juan Carlos en su hijo y el despliegue del Escudo antimisiles estadounidense en la base militar de Rota-, evocan la máxima marxista de que los hechos y personajes de la historia aparecen primero como tragedia y luego como farsa[1]. Aunque en el Estado español tragedia y farsa parecen entrelazarse sin mediar apenas un suspiro y las farsas, ¡ay las farsas! parecen darse de dos en dos.

El ascenso de Podemos no deja de recordarnos la meteórica ascensión del PSOE, también en una época en la que la conflictividad social iba *in crescendo*, lo viejo no acababa de morir, lo nuevo no acaba de nacer, la continuidad del régimen estaba en cierta forma amenazada por la deslegitimación del sistema político y los intereses geoestratégicos del imperio estaban poco confortables en un escenario tan inestable.

No soy la primera que, percibiendo las analogías, habla de una Segunda Transición aunque la mayor parte de los discursos que interpretan los acontecimientos actuales en esa clave suelen hacerlo a modo de justificación de la necesidad de *renovar*, de nuevo, el sistema político para garantizar la *paz social*, es decir, la estabilidad (económica y política) que nos saque de la crisis y nos lleve, de nuevo, al imaginario paraíso socialdemócrata: más consumo, más clase media, más trabajo, más... Son pocos los que trascienden el discurso exitoso de la renovación del régimen de la primera transición, ni siquiera desde posiciones de izquierdas.

Las analogías, que no identidades, son muchas pero lo que interesa analizar es el grado de locura de una sociedad como la nuestra a la que se le ofrecen las mismas respuestas a idénticos problemas y espera resultados distintos.

Esta nueva entrega de Transición cuenta con personajes renovados, más jóvenes, más guapos y mejor preparados. Un guión fiel a las profecías de las encuestas del CIS (Centro de investigaciones sociológicas) y en sintonía con la cultura preformativa postmoderna de unos jóvenes "sobradamente preparados". No en vano, cuajada de jóvenes profesionales en precario, la propuesta política de Podemos elabora un producto a la medida de los resultados de las investigaciones sociológicas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, utiliza las asambleas de los círculos a modo de "grupos de discusión" para su campaña de publicidad y los debates y críticas para ajustar el discurso y la puesta en escena. Del mismo modo, saca partido de mercancías tecnológicas como Appgree[2] que

monitorean las redes sociales y que ya mostraron su gran eficacia en crear ilusión participativa en el programa de televisión Gran Hermano.

Desde la eclosión de las movilizaciones que arrancaron en el 2003 con el No a la guerra hasta el estallido del 15 de Mayo del 2011, lo que está en juego en España es la legitimidad del sistema político en su conjunto. No de un partido en concreto, ni de una *casta* política o económica. La confluencia de una crisis de legitimidad política y la necesidad de un cambio de modelo económico hacia mayores cuotas de explotación dan lugar a que todas las fuerzas conservadoras se dirijan a garantizar la estabilidad. Especialmente en el ámbito político que es donde se juega la legitimidad, es decir, la aceptación o no del modelo de explotación. Sin esa estabilización parece difícil controlar a una población que históricamente se ha decantado bien por la revolución bien por el fascismo. De modo que, en estos momentos, del mismo modo que ocurrió en la primera Transición, todas las *fuerzas del mal* se ponen a la tarea la estabilización o de *la paz social*.

Un sistema político, como un barco, puede desarrollar una estabilidad estática (cuando las aguas están tranquilas) o dinámica (cuando hay olas y viento). Cuando esas aguas son turbulentas, como en el momento actual, la mejor opción parece ser cabalgar las olas, o las mareas. Esta opción supone apropiarse del discurso, es decir, contar historias porque, en un mundo *civilizado*, todos saben que convencer es más eficaz que vencer (reprimir). La dictadura franquista aun sin ser *civilizada* no renunció a contar historias a través del NoDo, noticiero con el que recreaba un país ficticio; Felipe González no escatimó en recursos narrativos prometiendo sacarnos de la estructura militar de la OTAN (aunque *con lengua de serpiente*). Ahora RTVE (Radio Televisión Española) toma el testigo del NoDo y el líder de Podemos nos cuenta que sin ser de izquierdas ni de derechas se pueden cambiar las relaciones de poder.

En el mundo de la política los relatos son los principales elementos de estabilización. Incluso si no son verosímiles basta con que se reconozca la sinceridad del que los emite o con apreciar que se trata de una buena actuación. El cinismo se hace consustancial al discurso político, pero también al discurso académico, y especialmente al mediático.

Hoy la vida política está dominada por los *storytelling* o la "folletinización" que permite a la clase política (la consolidada y la aspirante) conjurar la amenaza de muerte que los pueblos dictan en su contra desde el mismo momento en que son elegidos. Apropiarse del relato, de la lectura de los acontecimientos, es el principal pilar de la dominación. Pero también, la mejor forma de despejar las calles y llevar de nuevo a las personas al sillón de su casa delante del televisor. Como dijera la delegada del gobierno de Madrid, Cristina Cifuentes -refiriéndose a Podemos-, si ya los antisistema han aceptado el sistema, bajará la conflictividad social y la gente no tiene por qué manifestarse.

Ciertamente la política contemporánea es apenas otra versión del intercambio de mercancías, los políticos se venden como marcas (la imagen) y los electores se asemejan a los consumidores a los que se les venden los productos (partidos políticos) con relatos exitosos en folletos publicitarios (programas electorales). Ganar unas elecciones es pues tan complicado o tan sencillo como acertar en la campaña de marketing y conseguir los recursos necesarios para lanzarla. Esto lo sabía ya Felipe González y lo saben aún mejor los

jóvenes expertos de Podemos.

Los estadounidenses son especialistas en esta “folletinización” de la vida política. No en vano las empresas de relaciones públicas -que es el nombre que reciben las empresas de comunicación que diseñan tanto campañas electorales como campañas de guerra-, junto con las empresas de armas son las que mueven más dinero en el mundo. La competencia en el mercado de la política se disputa en el campo de la comunicación y como han demostrado James Carville (director de la campaña de Bill Clinton), Karl Rove (el cerebro de Bush) y David Axelrod (conocido como el Narrador de Obama) la clave está en “conquistar la narración del mundo”[3] En este campo no cabe duda de que las enseñanzas hollywood son dignas de tener en cuenta y nos sirven, a título de hipótesis, para entender el éxito electoral (presente y futuro) de Podemos y para comprender por qué, con el objetivo de la “estabilidad necesaria”, todas las fuerzas políticas se aproximan al patrón mediático de éxito que será también el del éxito electoral, y que los publicistas estadounidenses resumen en: 1) Contar una historia, 2) ser breve, 3) ser emocional[4].

De la misma forma que en la primera Transición el marketing electoral vino de la mano de Julio Feo, directivo de una empresa de publicidad norteamericana, los nuevos tiempos también tienen como referencia las campañas estadounidenses. En este caso, en la campaña de Obama de 2008 donde se consolidaron las claves de lo que ya son las campañas electorales de Europa, tal y como profetizaba el escritor Christian Salmon: *dominio de la retórica, poder de escenificación, arte del relato y nuevas tecnologías digitales*.

En esta segunda entrega de la Transición el nuevo partido, Podemos, extiende idénticas recetas: inevitabilidad de la aceptación de las reglas del juego político, pragmatismo, desideologización (ni de izquierdas ni de derechas) y oportunidad. Sólo resta por perfilar el difícil equilibrio entre la violencia que supone reconocer el conflicto y apostar por la paz social.

Es probable que la conflictividad social de finales de los setenta llevara el germen de una verdadera revolución socialista -así lo atestigua la inquietud de las instancias de poder, los viajes de Prado Colón de Carvajal (administrador privado del rey durante 20 años) a EEUU, etc. En cualquier caso, en ese momento, como entonces, la contención social implicaba un maquillaje político creíble, una figura joven y un proyecto emocional. Se daba la necesidad de contener el conflicto social tanto por la derecha como por la izquierda. Por la derecha se neutralizaría a los sectores fascistas con la figura del rey Juan Carlos -elegido por Franco y personalmente interesado en la continuidad del modelo-, por la izquierda, el PSOE se presentaría como la opción más realista para conjurar los demonios de una segunda guerra civil. El príncipe Felipe convertido en Rey supone ahora un intento, precipitado, por relegitimar la monarquía, la ampliación del tratado de utilización de las bases de Rota y Morón se saca de todas las agendas mediáticas para no mentar la bicha del “No a la Guerra” o “No a la OTAN” y los *tecnoexpertos* de Podemos despiertan, de nuevo, la ilusión de la renovación política.

Siguiendo con las analogías, tras la eclosión de las movilizaciones masivas del 15M, las mareas, las marchas, el cuestionamiento de organizaciones sindicales, partidos políticos, etc. hacían vislumbrar la posibilidad de una ruptura de efectos imprevisibles. Sin embargo,

las dificultades para que toda esa movilización se convirtiera en organización, la paradoja de una sociedad indignada pero no lo suficiente como para romper la baraja, han creado las condiciones propicias para el triunfo de una tercera vía posibilista.

El votante-espectador quiere salir del *shock* pero sin coste, sin el inmenso esfuerzo de ser él el protagonista, el sujeto que es parte y toma partido, el sujeto que no elude el conflicto y asume riesgos. Felipe González o Pablo Iglesias son figuras intercambiables de ese deseo. Como entonces, se establece el par ilusión-desafección. El público elude el conflicto real, prefiere verlo representado, de ahí el éxito de las Tertulias. Pero además la magnitud de la crisis hace urgente que algo cambie.

Para unos, la situación personal es ya crítica, para otros, los jóvenes, presas del mal de la impaciencia y del mito edulcorado del mayo del 68 es la oportunidad que no se puede desaprovechar, es el aquí y ahora. La gente, dicen los promotores de Podemos, quiere “ganar ya”. Vivimos en un mundo virtual e instantáneo. El aquí y ahora se imponen sobre la durabilidad de los cambios, lo que Bauman llama el *síndrome de la impaciencia*. Igual que ocurre con el consumo de la comida precocinada se compra lo que antes había que hacer. Es decir, se opta por los atajos. La cultura postmoderna es la cultura del espectador, del mínimo esfuerzo y del camino más corto.

Los jóvenes contemporáneos, educados y formados para desplegar las virtudes del consumidor (el consumo aparece como la tabla de salvación de la economía) son caracterizados a la perfección por Bauman :“Hoy, las ansiedades de los jóvenes y sus consecuentes sentimientos de inquietud e impaciencia, así como la urgencia por minimizar los riesgos, emanan por un lado de la aparente abundancia de opciones, y por otro del temor a hacer una mala elección, o al menos a no hacer “la mejor disponible”; en otras palabras, del horror a pasar por alto una oportunidad maravillosa cuando aún hay tiempo (fugaz) para aprovecharla”[5]. Este es el tipo mayoritario de jóvenes que se decantará por la nueva opción electoral.

Por otro lado, en el caso de las generaciones que vivieron la primera Transición emerge el sentimiento de “su última oportunidad”; conocen, porque la sufrieron, la experiencia del PSOE pero su momento vital les lleva a buscar-desear desesperadamente que ahora sea diferente. En este sentido Podemos funciona como un antibiótico de amplio espectro proporciona alivio a varias generaciones.

No creo en las conspiraciones, ni que la realidad sea el resultado prefijado de quienes teniendo en sus manos los hilos del poder nos mueven como marionetas. Tampoco creo que los sujetos que, en determinado momento son convertidos en protagonistas, tengan un plan más allá de perseguir sus propios intereses, o tal vez sus deseos. Pero sí se que, una mirada atenta y desprejuiciada nos permite encontrar un hilo narrativo, una explicación coherente de por qué pasan las cosas, quienes son los más interesados en que pasen de la forma en que pasan, cómo se promocionan y alimentan determinados procesos mientras que otros son bloqueados, silenciados y eliminados.

¿Por qué se vuelve tan relevante para la vida política y los medios de comunicación españoles un fenómeno como Podemos y por qué dejan de ser importantes las movilizaciones de miles de personas en todo el Estado el 22 de Marzo? ¿Por qué es más

relevante cualquier actuación mediática del líder de Podemos que el genocidio palestino? Preguntas como estas nos ayudan a encontrar la lógica interna que explica el devenir político-social más allá de los dimes y diretes del show *tertulítico*.

Como señaló también Marx en el *18 Brumario*. Hoy, la sociedad parece haber retrocedido más allá de su punto de partida; en realidad, lo que ocurre es que tiene que empezar por crearse el punto de partida revolucionario, la situación, las relaciones, las condiciones, sin las cuales no adquiere un carácter serio la revolución moderna”[6].

Crear un punto de partida no puede hacerse desde la aceptación de las reglas del juego, tampoco desde la emoción etérea, ni siquiera desde la pura retórica, menos aún desde la butaca de nuestro salón que es donde están, en estos momentos, la mayoría de los futuros votantes de Podemos. Esperemos que los cientos de mujeres y hombres comprometidos y bien intencionados que se han prestado a filmar, producir, actuar y participar de diversas formas en esta nueva entrega de la Transición sean capaces de sobreponerse a la frustración y la impotencia, y que en algún momento, ojalá sea pronto, pueda retomarse la construcción de un punto de partida que, si pretende resolver los problemas planteados será dando soluciones distintas, es decir, revolucionarias.

*Madrid 28 de septiembre 2014*

*\* La autora es Dra. en Ciencias Políticas y Sociología, profesora de la Universidad Complutense de Madrid (UCM)*

---

## Notas

[1] K. Marx, *18 Brumario de Luis Bonaparte*

[2] Página de Podemos para enseñar a usar Appgree  
<https://podemos.info/participa/herramientas/como-usar-appgree/> . Descargar Gran Hermano appgree: <http://appgree.org/>

[3] Christian Salmon, *La estrategia de Sherezade*. Península, Barcelona 2011

[4] Christian Salmon, *La estrategia de Sherezade*, p. 45

[5] Z. Bauman y Gustavo Dessal, *El retorno del péndulo*. FCE, p. 45

[6] K. Marx, *18 Brumario de Luis Napoleón Bonaparte*, p. 12

---

[https://www.lahaine.org/est\\_espanol.php/la-folletinizacion-de-la-politica](https://www.lahaine.org/est_espanol.php/la-folletinizacion-de-la-politica)