

La victòria aclaparadora de Jair Bolsonaro a la segona volta de les eleccions presidencials del Brasil confirma que el populisme està evolucionant d'espantall a realitat. Comprendre el perquè d'aquesta explosió populista global no és fàcil, i un dels pensadors que ho acaba d'intentar a casa nostra és Ferran Sáez amb el seu llibre *Populisme. El llenguatge de l'adulació de les masses* (Publicacions de l'abadia de Montserrat, 2018).

Devia ser uns mesos després de les eleccions europees del 2014. Jo mirava la televisió de reüll quan hi va aparèixer un míting de Podemos. **Pablo Iglesias**, amb una serietat calculada, va començar a fer el seu discurs sobre la casta i el pueblo, sobre la troika i l'Europa possible. De cop, però, com una interferència momentània, el polític madrileny va fer esment d'Eduardo Inda, un periodista i tertulià llavors encara emergent. Quan va anomenar el periodista, el públic va començar a bramar: Iglesias ja feia temps que participava amb Inda al programa *Al Rojo Vivo*, i el públic del seu míting en tenia prou amb sentir el seu nom per tenir una representació clara de contra qui dirigien la seva ràbia i contra què lluitaven. Van ser amb prou feines trenta segons i Pablo Iglesias va prosseguir amb el discurs com si res, però a mi em va semblar que havia passat alguna cosa destacable, que els platós de televisió havien passat de ser comentadors dels discursos polítics a formar-ne part.

Avui sembla que la importància del gest mediàtic pot acabar per eclipsar qualsevol raonament programàtic. I, justament, convertir els ciutadans en una mena d'audiència permanent, ens diu **Ferran Sáez** en el seu darrer llibre *Populisme. El llenguatge de l'adulació de les masses* (Publicacions de l'abadia de Montserrat, 2018), és un dels elements clau per entendre l'emergència dels populismes. Si costa tant definir el populisme, ens diu l'autor, és perquè no es troba al terreny de les ideologies –com ara el liberalisme, el comunisme o la socialdemocràcia– o de les mentalitats –com el progressisme o el conservadorisme. El populisme, diu Sáez, no és un ideari, sinó una forma de llenguatge, un acte de parla (speech act) que vol generar un antagonisme clar entre un «poble» inconcret i bondadós i unes «elits» boiroses i corruptes.

Per entendre què és el populisme no hem de buscar què diuen, sinó com ho diuen, l'ús creador que fan del llenguatge. Amb el discurs, com ja assenyala **Ernesto Laclau** –teòric populista amb qui Sáez es debat–, els populistes tant d'esquerres com de dretes utilitzen una mateixa estratègia bàsica: la fundació d'un nou «nosaltres» hegemònic, d'un «poble». Per tal de crear una frontera clara entre allò que és «poble» i allò que no ho és, necessiten un enemic comú –una «casta» o un «establishment»– a què enfrontar-se. Per mitjà d'aquesta dicotomia bàsica «poble-casta» el populista és capaç de traduir-ho tot a un discurs simple. Enmig d'aquest món en què vivim rodejats d'informació i imatges que no som capaços de racionalitzar, el populista presenta una visió primària, si bé emocionalment colpidora, sobre qualsevol problema, fent-lo fàcilment atractiu. Una breu passejada pel timeline de **Matteo Salvini** és il·lustrativa en aquest sentit.

D'altra banda, i aquí ja comencen les meves diferències amb l'autor, Sáez fa una caracterització massa estàtica del populisme, com si el fenomen no afectés els partits tradicionals. Per posar un parell d'exemples clars: el Brexit i **Justin Trudeau**. Sembla que hàgem d'acceptar a ulls clucs que el Brexit (un referèndum aprovat pel parlament britànic i votat lliurement per persones adultes; una tria –la de sortir de la UE– que ha tingut el suport argumentat d'intel·lectuals de la talla de **Roger Scruton** o **John Gray**) és una mostra innegable de populisme. Trudeau, per contra, un producte de màrqueting més buit que un gerro de porcellana, un senyor que de tanta emotivitat que tenen els seus discursos es fa difícil de diferenciar una sessió parlamentària d'una classe de parvulari, aquest no n'és pas de populista, no. I doncs, que m'ho expliquin, qui posa els límits? Quins són els seus criteris?

Hi ha una tendència en Sáez –com en els mitjans generalistes– a fer coincidir el populisme amb allò que l'espanta, i això el situa constantment en una posició bel·ligerant amb tota «nova política» i li genera una visió massa autocomplaent de la política tradicional. Jo sóc del parer, per contra, que el populisme no és una inflamació d'una part de la societat sinó un teló de fons de la nostra època, una de les peces més d'aquesta reconfiguració incerta de la representativitat política. En els pròxims anys, personatges com **Mariano Rajoy** seran difícils de trobar i polítics com **Santiago Abascal** o Justin Trudeau apareixeran de sota les pedres.

Per això són interessants les anàlisis com les de Sáez quan pensen el xup-xup dels nostres dies, quan es fixen en com s'estableixen les noves relacions entre xarxes de comunicació i democràcia i quan relativitzen l'optimisme dels nous miratges polítics (qui s'empassa ja que Twitter pot ser una nova àgora de la democràcia global?). Els problemes venen quan es volen fer classificacions massa detallades entre populistes i no-populistes, com si el pensament polític fos una ciència exacta. Ens haurem d'anar acostumant, en canvi, que els projectes que vinguin siguin projectes mixtos (com la revolta de Syriza, el Brexit, o el referèndum d'autodeterminació de Catalunya), no fàcilment classificables ni en les velles formes ni tampoc en populismes purs. Fer del terme «populisme» un terme llancívols i desacreditador no només és contraproductiu (com ja va demostrar la campanya de *The New York Times* contra **Trump**), sinó que ens pot impedir pensar bé el futur que se'ns apropa, fer-nos lents, pesats, observar el present amb lents caducades.