

## EL CANDIDATO

DE MARCO TULLIO CICERÓN A SILVIO BERLUSCONI

Texto: **Josu Juaristi** - 20-XI-2011



**M**arco Tulio Cicerón tenía una ventaja, y al mismo tiempo un inconveniente: era un “homo novus”, un hombre nuevo; pertenecía a una familia plebeya, pero tenía a su favor su discurso e imagen frescos. Ganó. Primero cónsul. Luego senador. Y siempre, si nos fiamos de Steven Saylor (experto en Historia y Clásica, pero más conocido por su serie de novelas “Roma Sub Rosa”, ambientadas en la Antigua Roma), conspirador. Desde luego, el hecho de ser uno de los mejores oradores de la Roma clásica y, en opinión de la mayoría de los eruditos, uno de los abogados más brillantes de la historia, le ayudó en ese camino, y mucho. Y no menos cierto es que contaba con el primer *spin-doctor* de la historia (su hermano pequeño, Quinto Tulio Cicerón), el que desbrozó el camino, como fuera, para guiar sus pasos, construyó su relato y le asesoró en materia de comunicación, una novedad entonces y, aunque parezca sorprendente, o lamentable, a veces también ahora.

Silvio Berlusconi no era un hombre nuevo, ni maldita la falta que le hacía. O quizás lo era, pero sólo para los empresarios más peligrosos. Cuando entró en política lo hizo ya con todos sus millones y su absoluta falta de escrúpulos como argumento. Cumplía y respetaba pocos de los pasos que todo «candidato inteligente» debe dar, según los decálogos o listas al uso, pero desde su primera victoria electoral, en 1994, fue un candidato temible. Llegados a este punto, conviene dejar las cosas claras: su estilo, su táctica y estrategia son repugnantes, propias del político que era y sigue siendo: un prefascista en pensamiento, práctica y contenido; el «pre» viene a cuento, porque las políticas que ha implementado o intentado imponer en Italia han llevado al país a una situación que muchos intelectuales han definido como «previa al fascismo». Al fondo, nunca probadas pero siempre perfiladas, sus conexiones con la mafia. Y, al fondo a la derecha, con el Vaticano, que también ha contribuido a cimentar la transformación social provocada por el «berlusconismo». Los nuevos dirigentes de esta «nueva era post Berlusconi» (ya van dos, o tres) tienen un trabajo ingente por delante, y no sólo para restaurar la economía y superar la crisis. Aclaradas las cosas, continuemos mezclando historias e historia, como haría el estadounidense Saylor (Silvio Berlusconi no habría sido rival para Cicerón en el Foro o en un proceso, pero, fuera de ese campo de juego, habría sido un enemigo formidable para él, a la altura de César, Catilina o Clodio).

**Oratoria.** «Tendrás que presentarte siempre tan bien preparado para hablar como si en cada una de las causas se tuviera que someter a juicio todo tu talento», le apuntó Quinto Tulio a su hermano Cicerón. Éste tenía ese don, y ganó. Con la palabra era temible. Obama, otro “homo novus”, también lo tiene. También ganó. Pero esto, obviamente, no son matemáticas. En Europa quizás existan las matemáticas, pero «hombres nuevos» con el don de la oratoria, pocos. ¿Podría el lector sugerir alguno? ... alguno que pueda presentarse y que

## EL CANDIDATO

no necesite los servicios de un Cicerón ante la justicia, deberíamos añadir. Ese don escasea, pero los hombres y mujeres «nuevos» no. De hecho, si hablamos de candidatos, éste es un momento interesante como pocos en la historia política y electoral de Euskal Herria. Cicerón tenía a su favor su discurso e imagen frescos. Sin necesidad de repasar demasiadas hojas del calendario, muchas y muchos candidatos de Bildu y ahora de Amaiur han jugado y juegan también con ese factor a su favor.

**A quién nos dirigimos: conocer el contexto.** Silvio Berlusconi, desde luego, no tiene el don de la oratoria (a pesar de ser un magnate de la comunicación), y tampoco esto le ha hecho falta hasta ahora. Berlusconi tenía otras armas, seguramente mucho más devastadoras, pero ninguna se apellidaba oratoria. Al menos no en su acepción original: el arte de hablar con elocuencia. Pero quizás sí en su finalidad: persuadir; y en su caso, desde luego, tergiversar, manipular en beneficio propio (*spin-doctor* de sí mismo, al fin y al cabo). Por razones que seguramente se nos escapan, ha conseguido el apoyo suficiente de suficientes italianos como para gobernar hasta en tres ocasiones y enfrentarse, escudado en su arrogancia y en el control omnívoro de los aparatos del Estado, a diez acusaciones de corrupción, fraude fiscal y financiamiento político ilícito. Sale hoy al descampado (aunque parlamentario aún) con tres procesos abiertos en su contra: por corrupción, fraude fiscal y prostitución de menores.

¿Por qué le votaban los italianos? Roberta di Monticelli, filósofa: «La lógica del individualismo y del menosprecio de las leyes ha impregnado profundamente en los espíritus». Di Monticelli habla de un «territorio devastado», y no se refiere únicamente a las administraciones estatales o locales italianas, sino también a los propios ciudadanos. ¿Cómo es posible que semejante candidato gane elecciones? Una frase que, de tan trillada, es ya anónima, dice así: «La estrategia de comunicación es un párrafo y tres palabras. Consiste en definir con claridad quiénes somos y qué ofrecemos, de manera distintiva, clara, simple y persuasiva». Berlusconi añadió un factor más («considera qué ciudad es Roma», aconsejó el hermano de Cicerón): sabía perfectamente a quién se dirigía, y resultó que muchos italianos, en el fondo, querían ser como él. Alguien por encima de la ley que se lleva una parte del pastel y puede salir impune. Fundó el partido Forza Italia sobre el modelo de un club de *tiffosis* del fútbol e invitó a los ciudadanos a identificarse con su éxito, sobre dos bases: el triunfo del éxito material y la vulgaridad. Inundó su imperio mediático de jóvenes semidesnudas... ¡y funcionó!

Otro filósofo, Giacomo Marranao, traduce el (enésimo) final de Berlusconi: «La crisis ha dictado sentencia entre fantasía y realidad. Cuando la movilización de la gente no se basa en una historia profunda sino en la manipulación de los deseos, cuando las promesas no se cumplen, todo se desmorona».

**Los convencidos, los indecisos y los contrarios.** Cicerón trató de atraer el apoyo de los indecisos, pero, aconsejado por su hermano-asesor en relaciones públicas y en generar una interpretación favorable a sus intereses de los hechos, movilizó primero a los suyos y, en último término, propagó incertidumbre en las filas de los contrarios y adversarios. Silvio Berlusconi perfeccionó esta es-



Sobre estas líneas, protesta en Roma contra los ajustes anunciados por el Gobierno, el pasado 15 de octubre. Fotografía: **Giorgio Cosulich**

En la página anterior, Berlusconi se prepara para una intervención televisiva. Fotografía: **Filippo Monteforte**



## EL CANDIDATO



18 de enero, Villa Madama en Rome. Silvio Berlusconi llega a una reunión oficial tras su anuncio de dimisión.

Fotografía:  
**Filippo Monteforte**

trategia y, en cierto modo, pasó de los indecisos. Pagó y movilizó a sus fieles y convirtió en enemigo al contrario: despidiendo al individuo allá donde podía (y podía en muchos lugares) y arrebatando libertades al colectivo a golpe de ley. Su arma era el control mediático; su instrumento, el Gobierno.

Quinto Tulio Cicerón abogaba por la campaña electoral permanente. Le habría venido bien internet, y seguramente habría utilizado sus posibilidades, probablemente dentro de una estrategia realmente comunicativa, algo de lo que no todo el mundo puede aún presumir. *Il Cavaliere nero* (El caballero negro, como le definió “Il Manifesto”) pervirtió el concepto de la campaña permanente (o de la revolución permanente de Trotski), para quedarse sólo con este otro consejo del hermano de Cicerón: «Si de alguna manera fuera posible, haría falta que se levantaran contra tus rivales rumores de crímenes y sobornos». Y Berlusconi conocía muchas maneras. Su único problema es que, al final, arma e instrumento se han convertido en boomerang. Y un boomerang potente, cuando vuelve, golpea, no se posa en tu mano.

**Ponga sus negocios en orden.** Uno de los pasos a dar por todo «candidato inteligente» sería éste: «Ponga sus negocios en orden; nunca asuma que podrá ser candidato y llevar sus negocios o trabajo simultáneamente». Berlusconi lo hizo, y el invento le ha durado la friolera de diecisiete años. Y se ha convertido en «régimen» («Desberlusconizar Italia», Antonio Tabucchi, 13/11/2011), un régimen que ha afectado a la vida real de los italianos y que costará mucho desmontar. Entre otros «logros», ha dinamitado la escuela pública y la universidad, arruinado el sector público, hundido la sanidad y destrozado la libertad y pluralidad de prensa. Un régimen que, además, ha contribuido a socavar la credibilidad de una Unión Europea que ha callado y tolerado.

**Determine los motivos lógicos de su candidatura.** «Considera a qué aspiras, quién eres», dejó escrito Quinto Tulio Cicerón. Lo peor de todo, o casi, es que Berlusconi nunca mintió: aspiraba a proteger sus intereses y los intereses de sus empresas, y lo dijo públicamente en 1994. En 2006, declaró que quería introducir los valores de los negocios (y del deporte, añadió) en la política.

La comunicación es importante, es obvio, y una buena estrategia de comunicación (no de prensa, no sólo de medios) puede ser clave. Beneficiosa, bien usada; o dañina: Berlusconi buscó con ello controlar a la sociedad. Hoy, la ausencia de una estrategia de comunicación también comunica algo, una carencia al menos. Cicerón lo comprendió hace dos mil años, comprendió que las relaciones públicas y la manera de comunicarnos con la gente cambian.

Hoy, en Italia, la comunicación entre Berlusconi y la sociedad ha cambiado. Pero al ya ex primer ministro italiano no le ha tumbado su pueblo; tampoco, desgraciadamente, la izquierda ni, desde luego, la Unión Europea. En absoluto. La UE (Zapatero y otros muchos) es directamente responsable de reírle las gracias a Berlusconi y, lo que es mucho más grave, de la «berlusconización» de su vida pública e institucional, tal y como se ha denunciado a menudo desde las páginas de GARA. Ha sido la crisis quien le ha echado. Los mercados, dirán otros. «*Mai più*» (Nunca más), tituló “Il Manifesto”. Pero ya antes se le dio por acabado. Tres veces. Berlusconi vuelve a ser, de nuevo, candidato.