

Itàlia va a les urnes ► El poder dels sobrenoms

Pàgines 8 a 10 <<<

'Il Professore' contra 'Il Cavaliere'

Les eleccions són un duel entre dos extrems de la identitat italiana

ANTONI GUTIÉRREZ-RUBI
ASSESSOR DE
COMUNICACIÓ



ANÀLISI

La comunicació política italiana sempre ha tingut característiques pròpies difícilment comparables amb altres democràcies europees. Una d'aquestes singularitats té a veure amb la facilitat amb què els sobrenoms guanyen l'espai comunicatiu i polític amb una força excepcional. Deuen recordar, per exemple, el nom de *Tangentopoli* (Ciutat dels soborns) que va ser el sobrenom de la ciutat de Milà a principis dels 90 per ser l'epicentre de tota la corrupció institucional que va acabar escombrant judicialment i políticament tota una generació política i el mateix règim que havia governat el país durant més de 40 anys. El terme encara s'usa per parlar de casos de corrupció en diferents països.

► **COM LA 'DAMA DE FERRO'** Els sobrenoms en la política són habituals, però pocs aconsegueixen el reconeixement i la popularitat de què fan gala avui l'aspirant de centreesquerra, *Il Professore Romano Prodi*, màxim líder de la coalició La Unió, i *Il Cavaliere Silvio Berlusconi*, primer ministre i líder de la coalició Casa de les Llibertats, que integra el seu propi partit, Força Itàlia. A Espanya, per exemple, es coneix que *Zapatero* va ser batejat com a *Bambi* per *Alfonso Guerra* quan en temps de l'oposició socialista l'actual president s'oferia a firmar tots els pactes que fossin

Prodi ofereix cortesia, prudència; Berlusconi, seducció i supèrbia

possibles amb el PP, llavors al Govern. *Rajoy* es va guanyar a pòls el malnom d'*El señor de los hilillos* al qüestionar la quantitat de fuel que sortia del *Prestige* enfonsat a la costa gallega. Ja per a la memòria quedà el sobrenom d'*El Califa* per referir-se a *Julio Anguita*, o el de *L'home tranquil* per a *Aznar*, malnom que va desaparèixer prematurament en la segona legislatura amb el seu estil més bel·ligerant que asossegat.

Cap sobrenom ha aconseguit la capacitat de ser considerat subjecte polític com en els casos d'*Il Professore*, per a *Prodi*, i *Il Cavaliere* per a *Berlusconi*. No hi ha cap altre cas comparable en la política democràtica europea, amb l'excepció –potser– de la *Dama de Ferro*, en referència a *Margaret Thatcher*. El seu nivell de popularitat mediàtica s'ha vist reforçat i legitimat per l'intima identificació dels candidats respecte als seus sobre-



► Les opcions ► Un home corre en un parc de Milà, davant de diversos cartells electorals.

noms. *Berlusconi* oficia d'*Il Cavaliere* i *Prodi* se sent com *Il Professore* més sensat d'Itàlia. Es troba tan còmode en el paper que fins i tot ha acceptat amb sentit de l'humor l'afegit que el centredreta li ha penjat després del malnom, dient-li el «*professor Mortadel-la*» per ser bolonyès, com l'embotit. Sense acovardir-se, *Prodi* no deixa de repetir que assistirem al triomf de la mortadella, que és, segons va afirmar, «el menjar de la gent pobre, però té bon gust i té substància».

► **PRIMER MINISTRE 'SHOWMAN'** *Il Cavaliere* està obsessionat amb la imatge. No en va el seu ascens al poder, la seva permanència i la seva probable continuïtat han estat sempre lligats a l'ús i a l'abús dels mitjans de comunicació –especialment audiovisuals–, de la majoria dels quals és directament o indirectament el propietari. El seu coneixement sobre la força i la capacitat de la televisió l'ha portat a cuidar fins al més mínim detall les seves aparicions públiques. No li ha importat sotmetre's a diverses operacions de cirurgia estètica, des de les bosses

dels ulls fins a la blanquíssima dentadura que brilla i llueix amb el seu estudiant somriure. Es maquilla sense rubor per assistir a actes públics, contribueix com el que més a donar visibilitat a la mundialment famosa moda italiana, i la seva posada en escena és sempre la d'un dandi que fa servir l'estil gigolò o el del Don Joan clàssic en la seva versió més masculista i passada de moda. I, quan convé, es mostra com un dur home

Pocs malnoms han tingut tant reconeixement i popularitat com aquests

de negocis que tracta els seus adversaris polítics com competidors en un despistat mercat on només és possible la victòria o la derrota. Potser per això, *Il Cavaliere* s'ha guanyat també altres sobrenoms, com el d'*Il Caimano*, que és el títol de la nova pel·lícula de *Nanni Moretti*, estrenada en plena campanya electoral amb la finalitat de desemmascarar a qui, darrere de la imatge de cavaller, amaga un voraç i agressiu caiman.

Enfront de *Berlusconi* es presenta un candidat amb una imatge radicalment oposada. Les diferències d'estil són tan fortes que amaguen i releguen aquelles altres que reflecteixen els programes i propostes. *Prodi* representa l'*anticavaliere*. Modest, gairebé tímid, és un home de províncies que raona fins a l'avoriment i que contrasta amb el discurs bromista i populista de l'actual president. Enfront de la seducció de *Berlusconi*, ofereix cortesia. Enfront de la supèrbia, prudència. Enfront de la força de la impunitat, la força moral i ètica. Enfront de la veu i el somriure expansius, *Prodi* ofereix un murmur de tons apagats que fugen dels seus llavis gairebé tancats. Els italians s'enfronten també a una elecció entre dues maneres extremes de viure la identitat italiana representades per cada candidat.

És possible que l'èxit de *ZP* (des de la taquillera pel·lícula *Viva Zapatero* fins al seguiment que es fa d'ell a la premsa i els mitjans polítics progressistes) sigui un reflex subconscient del que els agradaria que fos el candidat del centreesquerra. Somien amb *Zapatero* però es des-

perpen amb *Prodi*. Envegen l'Espanya moderna però viuen a la Itàlia de *Berlusconi*. Difícil elecció per al país del disseny.

► **ELEGIR UNA IMATGE** *Prodi* té possibilitats. Més de tres milions d'italians el van elegir en unes primàries obertes, en una mobilització sense precedents en l'espai progressista i democràtic. Hi ha afartament de *Berlusconi*. *Prodi* ha demostrat que pot guanyar amb el seu estil *Il Cavaliere*, com va fer el 1996. Però l'actual primer ministre és encara més astut, i malgrat el desavantatge que té en els sondejos, es mou amb habilitat per presentar el seu oponent com un home del segle passat, que dirigeix una coalició massa fràgil, dispersa i feta de retalls de totes les forces progressistes. La seva forta determinació ofereix una imatge de seguretat enfront del dubte metòdic de *Prodi*, que pot decantar la balança electoral en un moment d'incerteses globals.

El primer ministre presenta el seu oponent com un home del segle passat

Berlusconi té més anys que *Prodi* però no ho sembla. S'ha guanyat la vida com a cantant en creuers pel Mediterrani, ha gravat dos discos de balades, ha dirigit clubs de futbol i es va inventar Força Itàlia... Va aconseguir les seves primeres lires venent apunts als companys de col·legi però després fer el mateix amb els negocis immobiliaris i els mitjans de comunicació, amb pràctiques no sempre transparents, fins a convertir-se en l'home més ric d'Itàlia. Els seus èxits són tan coneguts com ho són els seus excessos: fa broma fins al mal gust, fins i tot amb els seus col·legues europeus, mentre es posa gorres pirates per flirtejar amb les seves esposes o, directament, caricaturitza les relacions internacionals amb piropos impropis entre presidents (com va fer amb la presidenta de Finlàndia).

► **QUE L'HI PREGUNTIN A ZP** *Berlusconi* abraça la nova doctrina *teocón* i ofèn intencionadament xinesos i musulmans amb la mateixa impunitat amb què es compara amb *Napoleó*, *Churchill* i fins i tot amb *Jesucrist* o insulta els ciutadans que no el votin anomenant-los *coghioni* (*gillipolles*). La seva llarga òpera bufa pot acabar aquest diumenge. Si la mortadella guanya el *showman* s'haurà aconseguit no només un canvi polític i una victòria electoral, sinó una nova demostració de la força sociològica que tenen els marcs conceptuals i els sobrenoms en la política de la comunicació global. I si no, que l'hi preguntin a *ZP*. =