

'Il Professore' contra 'Il Cavaliere'

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

ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ

ASSESSOR DE COMUNICACIÓ

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 *Tangentopolis* (Ciutat dels suborns) 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 aconseguen 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 possibles amb el PP, llavors al Govern. **Rajoy** es va guanyar a pols 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 queda el sobrenom d'*El Califà* 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 assossegat.

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'íntima identificació dels candidats respecte als seus sobrenoms. **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'afegitó 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 mortadel·la, que és, segons va afirmar, "el menjar de la gent pobra, 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 estudiat 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 gigoló o el del Don Joan clàssic en la seva versió més masclista i passada de moda. I, quan convé, es mostra com un dur home de negocis que tracta els seus adversaris polítics com competidors en un despietat 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 desemascarar 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'avorriment 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 taquilla 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 desperten amb **Prodi**. Envegen l'Espanya moderna però viuen a la Itàlia de **Berlusconi**. Díficil 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.

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 per 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 *teocon* 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 *coglioni (gilipolles)*. La seva llarga òpera bufa pot acabar aquest diumenge. Si la mortadel·la 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**.

ARTICLE PUBLICAT A EL PERIÓDICO DE CATALUNYA EL 9 D'ABRIL DE 2006