

Berlusconi

Siempre noticia en sus periódicos y los ajenos, en sus emisoras y en las de los demás, en sus teles y las que aún no lo son. Ahora, el que consiguió llegar al poder a base de populismo pero sobre todo gracias a sus medios, quiere perpetuarse. Y es posible que lo haga, gobierne como gobierne, con medidas demagógicas y también con las que no han de gustar a nadie. Como un buen vendedor que es, puede proponerse vender bien lo que sea.

Umberto Eco describe su método en un esclarecedor artículo publicado hace días en El País. La fórmula es acaparar medios y mantenerse siempre en portada, en los suyos, que es lo fácil, pero también en los ajenos. Para esto último sólo necesita decir de vez en cuando algún disparate. ¿Cómo se va a sustraer la prensa independiente, que quiere vender, o la de la oposición, que tiene que hacer crítica, de hacerse eco de sus salidas de tono? Esta táctica le reporta por lo menos dos ventajas: una es aumentar la presencia de su propia persona, casi hasta convertirse en uno más de la familia, con lo que el voto no muy dado a la reflexión le entrega su confianza. Otra es hacer de tapadera de sí mismo y el ejemplo siguiente lo explica: Es más noticia disparar unos exabruptos contra un diputado (alemán y verde en este caso) en el parlamento europeo y lanzar al mismo tiempo a uno de sus ministros a declarar que los turistas alemanes son unos borrachines y unos alborotadores –sabiendo que al poco tiempo esto tendrá efecto nulo sobre el turismo–, que aprobar una ley que hunde la RAI (radiotelevisión pública italiana) en beneficio de sus propias cadenas. Pues esto es lo que ocurrió. La primera noticia, llamativa pero pasajera, relegó a la “sexta página” a la importante: la encaminada a quedarse prácticamente con la exclusiva de la televisión (y la radio) italiana. Ha habido más casos.

La crítica en general y la oposición en particular se ven atrapadas. No pueden concentrarse en lo verdaderamente importante y obviar las salidas de tono. No sería bien entendido por gran parte de en la opinión pública. De esta manera se ven obligados a seguir el juego, salir al paso, lo que encima le permite al hábil primer ministro mostrarse como víctima con un “haga lo que haga me critican”. También le otorga la oportunidad de formar parte de los titulares de vez en cuando con algún “he sido mal interpretado”, expresión tan en boca de gobernantes cuando se pasan de rosca pero que parece perfectamente calculado en el diestro vendedor. Además si no hay reacción suficiente sería una muestra para él de que cualquiera que fuera la disparatada propuesta –una reforma en la constitución italiana que le permitiera ser nombrado presidente de la República, pongamos por caso–, fuera al final practicable.

Dos posibles soluciones sugiere Eco para enfrentarse a Berlusconi en el campo de batalla mediático: una es que la oposición se ponga la altura lanzando proposiciones de gran calibre –por ejemplo proponiendo que se prohíba la propiedad de más de una emisora– que le obliguen a reaccionar alcanzado entonces la oposición voz por sí misma en el conflicto. Otra es el uso de medios de comunicación alternativos: octavillas, internet, exhibición de videos, teatro callejero,... ya que según argumenta, si tienes que decir que el telediario ha ocultado una noticia, no puedes decirlo a través del telediario.

Ángel Sáinz