

El autor quiere dar las gracias a Riccardo Trani, extraordinario editor y amigo, por la inteligencia, la agudeza y la fuerza que le ha dado a este libro; a Filippo Ceccarelli, Luigi Crespi y Paolo Guzzanti, por sus expertas reflexiones a lo largo de tres extensas entrevistas; a Adi Atassi, Corinna Bottiglieri, Renato Ferraro, Leonardo Luccone, Vincenzo Ostuni, Rachel Palmieri y Christian Raimo, por su ayuda en la elaboración; y a Nefeli Misuraca, porque ha sido casi tan importante para este libro como lo es para mí.

Puede que esa carnavalesca época de la historia de Italia que comenzó en la primavera de 1994 con el debut de Silvio Berlusconi en el teatro de la política, y con su súbita irrupción en el escenario del Palazzo Chigi, haya concluido por fin, como muchos afirman, en otoño de 2011, cuando el propio Berlusconi se vio obligado a abandonar ese escenario y a presentar su dimisión como primer ministro<sup>1</sup>. Puede que la Segunda República —que pese a durar menos de la mitad que la Primera ha pasado con mayor lentitud, como siempre ocurre con los espectáculos demasiado largos, y que ha coincidido plenamente, no sólo en su duración, sino también en su naturaleza, con la persona y la interpretación de Berlusconi y con ese continuo y repetitivo curso de

<sup>1</sup> Si bien, tras sus varias victorias electorales, Silvio Berlusconi ha sido oficialmente presidente del Consejo de Ministros, en los últimos años se ha difundido en Italia el uso periodístico-político del término *«premier»*, derivado de la designación del cargo equivalente del Gobierno británico, y que traducimos por «primer ministro». De este modo, a lo largo del libro, se hace referencia a Berlusconi con ambas formulaciones: primer ministro y presidente. (Ésta y todas las siguientes notas son del traductor, salvo que se especifique lo contrario).

actuación para la masa que ha sido el berlusconismo— haya tocado a su fin. Y el hecho de que una azafata de televisión, nombrada diputada del Parlamento por Berlusconi, fuera quien, con su voto contrario en una moción de confianza, motivara la caída del último Gobierno Berlusconi es sin duda un apropiado final para esta época de teatreros de la política. Si esto es cierto, y siempre y cuando uno de los hombres de Berlusconi no salga elegido en las próximas elecciones para que éste pueda manejarlo y hacerlo hablar como haría un ventrílocuo con su muñeco, podremos volver a decirle a Roma, diez siglos después, y rescatando las últimas palabras de un emperador moribundo: *plaudite, amici, comoedia finita est*.

Hoy en día, ya es indiscutible que la materialización de la sociedad del espectáculo profetizada por Guy Debord ha convertido la política mundial en una anticuada parodia del *star system*, y a los grandes líderes en un consumado reparto de actores internacionales que interpretan incansablemente los guiones del protocolo. De Reagan en adelante, todos los políticos, según sus propias inclinaciones y según los roles que les han sido ofrecidos, se han especializado en papeles dramáticos y trágicos (Thatcher, Kohl, Aznar, Obama) o en otros más ligeros y brillantes (Clinton, Blair, de nuevo Obama), pero sólo Berlusconi ha encarnado, con su espíritu teatral de gobernador, a un personaje cómico. Y es que fue con Berlusconi con quien por primera vez el humor —que siempre ha sido el arma más antigua y contundente contra el poder— fue empuñado por el propio poder. Fue con Berlusconi con quien este instrumento de subversión se convirtió en pilar del sistema de la restauración, como si, por error, por un vuelco de la realidad, el bufón se hubiese convertido en rey y sus ocurrencias en edictos.

Así pues, podemos concebir este catálogo cronológico de los chistes y gracias del atroz repertorio de Berlusconi como una completa crónica alternativa, o incluso como la crónica más viva

y fidedigna de los veinte años de berlusconismo: no sólo porque prácticamente todos los acontecimientos italianos, y muchos de los sucesos internacionales, de ese periodo aparecen transfigurados en las reveladoras alusiones de Berlusconi y en los dobles sentidos que delatan a su subconsciente; no sólo porque los principales protagonistas del panorama italiano e internacional aparecen como personajes caricaturescos y a la vez son perversamente reales, sino porque es como si esos veinte años de la historia de Italia no hubieran sido más que el exclusivo e ininterrumpido recital de un viejo y experto comediante que ha sabido reducir a meras comparsas al resto de intérpretes que lo rodean. Y también porque es como si esos veinte años, que se inauguran con la pía historieta en que promete un milagro y concluyen con el pecaminoso chiste del *bunga bunga*, pudieran ser completamente concebidos y descritos como el enorme y grotesco *show* de Silvio Berlusconi.

\* \* \*

«Colecciono una historieta al día, conozco más de dos mil», afirmó en una ocasión Silvio Berlusconi. Aun teniendo en cuenta el consabido gusto por la exageración que lo caracteriza, es imposible no pensar que, a lo largo de su carrera, el ahora ya ex primer ministro habrá contado y repetido miles y miles de chistes, puede que decenas de miles, como si para él ese continuo monólogo cómico nunca hubiese sido menos real e importante que el discurso político.

Durante casi dieciocho años, Silvio Berlusconi ha contado sus «historietas», como le gusta llamarlas, en todo tipo de ceremonias institucionales, actos públicos y eventos mediáticos —en las ruedas de prensa abarrotadas y en los relajados monólogos de los

platós de televisión; en las recelosas reuniones con los representantes de la oposición y en las conciliadoras cenas con los aliados; antes de impetuosos mítines electorales y después de lentos encuentros diplomáticos; en las entrevistas exploratorias para la formación del Gobierno y durante las recepciones oficiales en el Palazzo Chigi en honor de equipos deportivos y organizaciones humanitarias; en la inauguración de una autopista provincial con alcaldes y asesores y en lejanas cumbres internacionales entre los principales jefes de Estado occidentales—, de suerte que probablemente no exista ningún momento de la litúrgica jornada de un primer ministro, ninguna ceremonia de su apretado calendario político, que no haya recibido (a menudo en numerosísimas ocasiones) esa irónica bendición, ese largo y contrastado *ite missa est* que es uno de sus chistes. Como es natural, también en su esfera privada, no menos que en la pública, en esa privacidad que ha asumido la dimensión pública de un país, el hombre más importante de Italia disfruta contando chistes sin cesar: escribe un antiguo diputado de su partido que, cada mañana, Berlusconi recita nuevos chistes que le procuran sus colaboradores «hurgando entre libros, páginas web, viejas películas, programas de televisión...»; recuerda una asistenta de una de sus residencias que, cuando el señor llega, las saluda una a una con un chiste en dialecto milanés; explica uno de sus ayudantes que el presidente suele rellenar los paréntesis de trabajo con algún que otro chiste, para entretener a quienes colaboran con él; confiesa a los periodistas un dirigente del partido de Berlusconi, Forza Italia, que los paseos con el primer ministro por los pasillos de Montecitorio están salpimentados con sus chistes verdes sobre políticos; dice el director de uno de sus periódicos que el primer ministro suele contar chistes a sus escoltas y pedirles que le cuenten otros a su vez, para contarlos luego a terceros; calcula un intelectual de su partido que cuando Berlusconi, como buen anfitrión, «visita las mesas» durante una de sus suntuosas recepciones es capaz de

soltar un centenar de chistes en una sola noche; afirma una de las prostitutas de lujo invitadas a su residencia romana que el hombre de la casa cantó canciones francesas e improvisó chistes para cada una de ellas, y que eran «chistes muy guarros».

Probablemente no nos estemos pasando de fantasiosos si decimos que Silvio Berlusconi cuenta una media de entre diez y quince chistes al día, y que su círculo le cuenta a él otros tantos, luego no será inverosímil suponer que el principal político italiano suele destinar a los chistes una hora larga de su jornada, si no más, toda vez que dedica su tiempo no sólo a leerlos, contarlos y escuchar a quien se los cuenta, sino también a practicarlos una y otra vez para afinar su interpretación. Para ello, Berlusconi encomendó desde el principio a una persona de su entorno, que suele ser también uno de los encargados de procurarle nuevos chistes, la tarea de escucharlo cuando los cuenta por primera vez, y de juzgar cuáles son los más graciosos y cómo los ha interpretado. El presidente lo llama el «probador de chistes».

Umberto Martinotti, alias Bebo, forma parte del equipo directivo de Publitalia<sup>2</sup>, es un componente del «núcleo histórico» de la empresa, y se le conoce como «el probador». Berlusconi ensaya sobre él el efecto de sus chistes; controla y perfecciona la forma de contarlos, los tiempos, las pausas, el ritmo necesario. Martinotti escucha atentamente y, en su papel autorizado de «denigrante oficial», no escatima en observaciones y apuntes, dice abiertamente si el mecanismo del chiste funciona bien o mal, o si hay que mejorarlo<sup>3</sup>.

Esto quiere decir que Silvio Berlusconi lleva como poco veinte años entrenándose, más o menos cotidianamente, y asistido

<sup>2</sup> Publitalia '80 S. A., fundada en 1979 por Silvio Berlusconi, es la empresa concesionaria de publicidad del Grupo Mediaset en Italia.

<sup>3</sup> Stefano D'Anna, Gigi Moncalvo, *Berlusconi in concert*, Londres, Otziium, 1994 (N. del A.).

por un maestro improvisado, en ese arte pobre y popular, en ese envejecido pasatiempo que es el contar chistes: reelabora un chiste para adaptarlo a sí mismo, lo cuenta por primera vez y lo debate con el probador, repite un pasaje en el que ha dudado y otro que, en cambio, ha recitado demasiado rápido, practica los tiempos de la narración, acorta una descripción y añade un juego de palabras, se esmera en la imitación de los acentos regionales, estudia los gestos para recalcar las frases. Silvio Berlusconi lleva más de veinte años haciendo de los chistes la divertida materia de su exégesis. Es impresionante constatar que, pasado mucho tiempo, Berlusconi cuenta largos chistes utilizando prácticamente las mismas palabras y las mismas pausas, demostrando haber memorizado no sólo el relato, sino la forma de relatarlo, haber fijado en su memoria, ante todo, unas determinadas expresiones, para luego afinar la interpretación del chiste a medida que lo repetía, justo como hacían los actores de la Comedia del Arte con las tramas teatrales. No obstante, lo que más claramente demuestra la importancia que tienen para Silvio Berlusconi sus «historietas» es la constatación de que, además de ser un cómico consumado, se divierte enormemente al contar chistes; que los cuenta con la excitación de un niño que hace algo que no debe; que hasta los cuenta donde y cuando es inoportuno contarlos porque, como él mismo dice, «no puede remediarlo»; que los cuenta aunque siempre ha sido consciente de la incongruencia existente entre el marmóreo silencio y las palabras esculpidas que exige un alto cargo público y ese zafio estruendo de las entrañas de la mente que es el contar chistes. Para Silvio Berlusconi, hacer bromas y soltar gracias, lejos de ser una inocente obsesión, es algo que forma parte de su irreprimible esencia. «Berlusconi es un cómico que la política ha tomado prestado». Puede que esta definición, seca como una guillotina, fácil máxima popular pronunciada a la ligera y con desprecio a lo largo de los años por muchos de sus rivales, sea cierta en una dimensión

muy distinta y mucho mayor de la que éstos entendieron, y es precisamente por ser así de distinta e inquietantemente real por lo que sus rivales nunca han sido capaces de prevalecer sobre él: en Silvio Berlusconi el cómico es la verdad escondida y expuesta abiertamente, es el arcano de su persona y de su poder.

Nacido a mitad de los años treinta, Silvio Berlusconi creció en una época en que los chistes fueron, no sólo en Italia, la materia prima de la comicidad, el compendio del buen humor distribuido por doquier. Durante la segunda posguerra se publican largas tiradas de numerosas publicaciones humorísticas, compuestas, casi en su totalidad, por chistes escritos y viñetas: *L'asino* y el *420*, el *Marc'Aurelio* y *La sigaretta*, el *Travaso* y el *Candido*, que lanzan su guiño desde las mesas de las barberías. En la radio también se escuchan chistes a todas horas, y, hasta finales de los años cincuenta, los números con que los humoristas presentan las películas en el cinematógrafo gustan más al público que las propias películas. En los teatros hace furor la revista, ese espectáculo de variedades donde se suceden bailarinas, prestidigitadores y cantantes, pero sobre todo triunfan los «príncipes de la carcajada» —Carlo Dapporto, el distinguido narrador de chistes, el engominado caballero cómico (al que Berlusconi se parece físicamente); y Walter Chiari, con esa pinta de granuja y sus extravagantes trabalenguas; Raimondo Vianello, soberbio cabaretero; y Gino Bramieri, el *jukebox* de los chistes—, que no tardan en dar el salto de los escenarios teatrales a la platea del único canal de televisión y a las fastuosas producciones de las *varietés*.

Son los años en que los chistes más «nuevos», recién escuchados en la radio, que aún no todos tienen, y los «últimísimos», recién vistos en la televisión, que muy pocos poseen, se comparten al día siguiente en los corrillos de amigos atentos, y dan el lustre de la simpatía al tipo que está en medio contando un chiste detrás de otro. Es muy probable que, durante su juventud, Silvio Berlusconi fuera uno de esos animadores brillantes y

brillantados, uno de esos rocambolescos cabareteros de bar, que ha descubierto en el contar chistes una forma rápida de agrandar, que es lo que siempre ha buscado, de ser el centro de atención, que es lo que necesita ser, de tener a su alrededor lo que siempre ha deseado tener por encima de cualquier otra cosa: un público. Para Berlusconi, contar chistes siempre ha significado poder ser, sin demasiado esfuerzo, el centro de atención de las cinco, de las siete, de las diez personas que lo escuchan, y sabe que todas y cada una de esas personas compartirán con otros cinco, siete, diez amigos, el mejor chiste que Berlusconi les contó, acordándose de él con una sonrisa cada vez que lo hagan, y recordando a los demás que fue precisamente Berlusconi quien contó el chiste por primera vez, lo que aumenta su fama de virtuoso del buen humor y suscita, en quienes aún no lo conocen, el deseo de verlo en acción. Contar chistes le hizo sentir por primera vez esa particular y posmoderna forma de poder que es la popularidad, esa embriagadora sensación de hacer surgir un público de la nada limitándose a repetir ese inmediato abracadabra del entretenimiento que es el chiste. No podemos considerar una casualidad que el primero de los muchos trabajos que Silvio Berlusconi desempeñó con éxito fuera precisamente el de animador; ni podemos empezar a comprender al exitoso empresario y político en que posteriormente se convirtió sin remontarnos a los años en que exhibía su catálogo de chistes y sus ocurrencias en los locales de la riviéra romana y en los pequeños teatros de Milán, los años en que alternaba chispeantes *sketchs* y empalagosas canciones francesas de Gilbert Bécaud e Yves Montand sobre los cruceros de la empresa italiana líder en el sector, aprendiendo la leve sabiduría de la sonrisa, educándose en el deber de ser optimista y afinando esa intuición prodigiosa, como un zahorí, para sentir lo que de verdad le gusta a la gente.

Como si desde entonces nunca lo hubiese dejado, Berlusconi conduce sus mítines como largos espectáculos de variedades

políticas en los que dialoga con el público, alternando una pieza intensamente dramática con una ristra de gracias, realizando ese ejercicio de prestidigitación mnemotécnica que son sus rutilantes enumeraciones de datos, importes y porcentajes, e intercalando un chiste entre dos temas políticos de gran seriedad. Sin embargo, sus bromas no se limitan a aligerar el discurso, sino que también sirven para comunicar al público cuál es su estado de ánimo ese día, y para averiguar a través de la reacción de éste cuál es el de sus electores; los chistes son su instrumento personal para estar siempre en contacto con esa barriga de los italianos a la que Berlusconi sabe hacer cosquillas como nadie, para hurgar en profundidad en esas entrañas de donde arrancan las carcajadas. Además, como si de un humorista profesional se tratase, Berlusconi acostumbra a contar chistes cuyos temas se adecúan a la ocasión: el tema predilecto es su público, y el chiste es su manera de conquistarlo, su *captatio benevolentiae*, como él mismo lo definió. Por eso Berlusconi siempre escoge, de entre su ingente repertorio, un chiste que pegue con su audiencia: uno sobre un médico en un congreso de medicina, uno sobre los genoveses cuando da un mitin en Génova y otro sobre los *carabinieri* para el comandante del Arma. Poco importa que a veces el contenido del chiste llegue a ser ofensivo para el destinatario (en los chistes los genoveses son siempre tacaños y los *carabinieri* tontos), pues la única intención del presidente al contar el chiste es demostrar al otro su «simpatía» —también en el sentido etimológico de la palabra: una comunión de sentimientos—, esto es, decir a quien tiene enfrente que lo comprende y que, en el fondo, se parece a él, médico entre los médicos y *carabiniere* en comisaría. En estos casos, Berlusconi también siente el placer de saberse preparado, de tener un chiste listo para cada interlocutor y, al mismo tiempo, de encontrar a cada interlocutor, a cada situación ya reflejados en uno de sus chistes: sus chistes son etiquetas, y catalogan el mundo.

Asimismo, Berlusconi otorga a sus chistes otras dos funciones esenciales, amén de las de *captatio benevolentiae* y catálogo. La primera es la «terapéutica»: los chistes sirven para «despejar la cabeza» de las preocupaciones y «calmar los nervios», casi como si las vibraciones del cuerpo que se producen con la carcajada relajaran físicamente la tensión acumulada, dejando en quien ríe un agradable recuerdo de quien lo ha hecho reír. La segunda, en cambio, es una función didáctica: los chistes ayudan a «establecer un concepto», a ejemplificar una situación y a sugerir cómo resolverla, toda vez que Berlusconi suele extraer de estas historietas un significado o una moraleja, como si de proverbios y parábolas se tratasen. En ocasiones obtiene así, con un solo chiste, el doble efecto de relajar y recalcar, de arrancar una carcajada al final de una explicación y colar a la vez en la boca abierta de esa carcajada una lección que, de lo contrario, habría sido difícil de tragar.

Por último, también hemos de ver, en esta maestría berlusconiana en el manejo del chiste, un emblema de los tiempos que él ha hecho suyos: así como la ironía aguileña y el aristocrático sarcasmo de Giulio Andreotti se ajustaban a la Primera República, el humor popular y las burlas carnavalescas de Silvio Berlusconi se ajustan a la Segunda; la una tiene de indirecta y mordaz todo lo que de directa y rotunda tiene la otra; la una es una mirada penetrante y una sonrisa sutil, la otra un codazo simpaticón y una larga y sonora carcajada; la una es calibrada y cerebral, la otra es improvisada y sube desde la barriga; y, sobre todo, la una es ironía cardenalicia, la otra es humor televisivo, puesto que ambas son una emanación del poder de su época: la una habla a la Italia de los primeros cincuenta años de historia republicana, que fue instruida por la Iglesia y votó a Democrazia Cristiana, la otra se dirige a la Italia de los últimos veinte años, que ha sido instruida por los canales de televisión de Silvio Berlusconi y lo ha elegido.

\* \* \*

Sin embargo, y más que cualquier otra cosa, más que formas de amaestrar y entretener a los demás, los chistes de Silvio Berlusconi son autoconfesiones, son el modo más profundo e instintivo que tiene para hablar de sí mismo en público, para decir día tras día, con esa sinceridad que de lo contrario no se le concedería, lo que piensa realmente de los demás. Es irónico e interesante constatar que los dos trabajos más importantes que Silvio Berlusconi ha desempeñado a lo largo de su vida, el de vendedor y el de político, son aquellos en los que está más firmemente institucionalizada la hipocresía, en los que se enseña a no decir nunca toda la verdad a quien se quiere tener como cliente o elector. Así pues, parece que los chistes han sido desde siempre, desde mucho antes de su entrada en política, el recurso retórico que ha permitido a Silvio Berlusconi decir públicamente todo lo que quería, sobre cualquier persona o tema, sin tener que pagar las consecuencias; el recurso retórico que le ha permitido contar que Umberto Bossi iba de pequeño al burdel para recoger a su madre y que Romano Prodi tiene un dolor de cabeza llamado balanitis, y así decir, con esa larga perífrasis de una injuria que puede ser el chiste, que el uno es un hijo de puta y el otro un capullo.

Incluso podemos notar que la violenta rudeza de algunos de los juicios camuflados en sus chistes es directamente proporcional —como si se desahogara después de una larga represión— a la acicalada cortesía que el presidente muestra con todos sus interlocutores, a su constante despliegue de sonrisas y cumplidos, a la sofocante pomposidad de sus maneras. Y es que, en el fondo, para comprender la verdad de lo que Silvio Berlusconi piensa realmente, nunca habría que tomar al pie de la letra sus

palabras cuando parecen reales, y habría, en cambio, que tomarlas muy en serio precisamente cuando parecen falsas. Estas consideraciones también valen para el gran autorretrato que el presidente ha compuesto, a lo largo de los años, a través de sus chistes, porque, naturalmente, no hay nada ni nadie sobre lo que Berlusconi hable más en ellos que sobre sí mismo, acaso empujado no sólo por su célebre vanidad, sino también por un sentimiento más insólito y curioso: la sutil satisfacción de quien considera un pequeño honor, un motivo de orgullo personal, el haberse convertido en el protagonista de los chistes que él mismo contaba cuando era joven. El Berlusconi de los chistes es, probablemente, la descripción más real de su proteica personalidad y seguramente la más completa que jamás haya sido escrita, no sólo porque ha sido él mismo quien la ha escrito durante años y años, sino porque es la única que consigue abarcar sus llamativas contradicciones. De éstas, la más evidente es la que existe entre un mastodóntico complejo de superioridad y un complejo de inferioridad igual de abultado, que, eso sí, siempre muestra con un cierto desparpajo, como satisfecho. Chiste tras chiste vemos pues la figura de un hombre que se compara con Dios, pero que teme ser la persona más tonta de Europa —un ufano *Christus ridens*—; y que no duda en imaginarse como un poderoso emperador, pero que nos invita a desconfiar de sus promesas electorales —un bufón napoleónico—. Pero entre unos chistes y otros vemos también a un millonario que suelta más chistes de la cuenta sobre la avaricia de los demás, o a un supuesto seductor que no deja de jactarse de sus infalibles dotes, pero que expone con varonil realismo, hablando de padre a hijo, cómo a las mujeres, más que conquistarlas, hay que comprarlas. Y vemos igualmente al líder de un importante partido de Occidente que piensa que los judíos son roñosos y los negros son negratos, pero que, al fin y al cabo, no es culpa de nadie y se puede uno echar unas risas.

De este modo, apropiándose de esa fácil y cotidiana sabiduría popular que son los chistes, y de sus valores esquemáticos y tranquilizadores, que van desde la burla fácil de los defectos más tontos hasta la astuta exaltación de virtudes que no son más que envidiados vicios, Silvio Berlusconi se ha presentado durante dieciocho años como la gigantografía del italiano medio que es y que le gusta ser. Es como si, al juntar obstinadamente, uno a uno, todos estos viejos y trillados chistes, Berlusconi hubiera cosido, parche a parche, los retales de la cultura popular, y se hubiera presentado vistiendo el variopinto atuendo de la máscara italiana por excelencia. Como si, al contar chistes, Silvio Berlusconi hubiera conseguido mostrarse ante el público con el rostro familiar de un gran arlequín, siervo y patrón del teatro de la política y actor principal de esa ridícula comedia que ha sido, bajo su mandato, la reciente historia de Italia.

## EL HOMBRE QUE CAMINA SOBRE LAS AGUAS\*

Esto es Berlusconi que pasea por un muelle junto al Papa. El Papa tropieza y pierde el breviario, que cae al agua. Berlusconi, solícito, camina sobre las aguas, recoge el breviario, vuelve caminando sobre las aguas y se lo entrega al Papa.

Titular de *la Repubblica*, *La Stampa*, *Corriere della Sera* y *l'Unità*, que suelen pactar los titulares por teléfono: «Berlusconi ni siquiera sabe nadar»<sup>1</sup>.

El principio del verbo berlusconiano, el primer chiste pronunciado tras ser elegido presidente, sagrada unción del voto popular, dice que Silvio Berlusconi es un segundo mesías, luego se deduce que estos chistes son sus parábolas. En la broma, dirigida contra la prensa farisea —que Silvio Berlusconi, este moderno mesías de los medios de comunicación, colocó en el origen mismo de su evangelio—, no se limita a hablar de su milagro, que reproduce un milagro de Cristo, sino que habla, sobre todo, de cómo el anuncio de dicho milagro ha sido pervertido malignamente, advirtiendo que la palabra no es menor que la obra, y que hablar mal del Bien es aún más grave que obrar mal.

Tampoco es cuestión baladí que quien, el día de su advenimiento político, prometió un nuevo milagro italiano cuente, al poco tiempo de la venida de su reino, una parábola que habla

<sup>1</sup> *La Repubblica*, *La Stampa* y *Corriere della Sera* son los tres periódicos de información general con más difusión en Italia. *L'Unità* fue el órgano oficial del Partido Comunista Italiano (PCI) desde la fundación del periódico, en 1924, hasta 1991. Hoy en día, a pesar de no estar relacionado con ningún partido político, sigue manteniendo posiciones de izquierda.



de un paseo sobre las aguas. Lo que pretende decir es que aquel gran milagro público, al igual que el privado, ya ha sido obrado, pero todavía no ha sido comprendido; que él sigue obrándolo cada día, aunque nunca informan sobre ello, y que también será inútil multiplicar los panes y los peces en el futuro si sólo se hablará de que no hay carne; que ni siquiera bastará con ser el segundo Cristo si no cuenta entre sus apóstoles con los cuatro evangelistas de la prensa italiana, que ahora, cuando escriben contra él, se muestran malignamente sinópticos. Y es que, a fin de cuentas, sólo si todos anuncian la buena nueva, ésta se convierte en evangelio, dice Silvio Berlusconi. En este momento de la historia, es la predicación la que verifica el milagro.

La primera de las muchas veces que Berlusconi cuenta el chiste del paseo sobre las aguas está sentado tras el escritorio en el estudio de una de sus residencias, probablemente en Arcore, y responde a las preguntas de un periodista del telediario de Rai 3<sup>2</sup>. Cuando le recuerdan unas duras declaraciones del centroizquierda sobre las acciones de su Gobierno, el primer ministro, minimizando la importancia de esos juicios partidistas, responde que la derrota electoral ha dejado «aturdidos» a sus rivales, que ahora intentan rehacerse criticando indiscriminadamente todo lo que hace. «Mire, últimamente cuentan por ahí un chiste», continúa, «puede que muchos ya lo sepan, pero me gustaría contarlo», y así es como el 12 de agosto de 1994, Silvio Berlusconi se convierte, con toda probabilidad, en el primer político de la historia de la República Italiana que cuenta un chiste en un telediario de ámbito nacional. Y, por si fuera poco, lo cuenta haciendo gala de todas sus calibradas dotes de *showman*: dicción segura, mímica recalcada, sonrisa exacta —esa sonrisa que es el

rápido autógrafo triangular con el que acaba todas sus actuaciones—.

A los pocos días, un comunicado del Vaticano informa de que el Papa Wojtyla ya había oído el chiste muchos años atrás, en Varsovia. Se contaba después del golpe de Estado militar, tenía como protagonista al general Jaruzelski, y quienes, en aquel milagroso paseo del dictador, no querían ver nada más que su ineptitud para la natación eran los opositores a su régimen.

<sup>2</sup> Rai 3 es la tercera cadena de televisión de la RAI (Radiotelevisione Italiana), la compañía de radio y televisión pública de Italia.

## CONVOCADO

Esto es Dios que convoca a Clinton, Yeltsin y Berlusconi, porque está enfadado: «Las cosas no funcionan», les reprocha. «La economía mundial va de culo. ¡Como no os pongáis manos a la obra os mando a todos a sacar carbón!».

Los tres, profundamente turbados, vuelven a la tierra, y cada uno hace su resumen a la nación.

Clinton da su discurso frente al Parlamento: «Norteamericanos, tengo dos malas noticias que daros. Dios está enfadado con nosotros. Si no hacemos algo, y rápido, nos manda a todos a sacar carbón».

También Yeltsin habla frente a los miembros de la Duma y del Consejo ruso: «Tengo una noticia buena y una mala. La buena es que Dios existe, así que los reformistas llevábamos razón. La mala es que si no arreglamos la economía, Dios nos manda a todos a sacar carbón».

Por su parte, Berlusconi convoca una rueda de prensa en Rete 4<sup>3</sup>, en venta para el resto de canales nacionales, y anuncia: «¡Gente! Tengo que

<sup>3</sup> Rete 4 es una cadena de televisión que, como Canale 5 e Italia 1, emite en abierto y pertenece a Mediaset, empresa de comunicación italiana controlada por el grupo financiero Fininvest, propiedad de Silvio Berlusconi y sus hijos —grupo que también posee todas las acciones del club de fútbol AC Milan y es accionista mayoritario de la editorial Mondadori—.

daros dos noticias fantásticas. La primera: ¡Dios existe y me ha convocado! Y la segunda: ya está listo el millón de puestos de trabajo que os había prometido. ¡Todos a sacar carbón!».

En el transcurso de una larga y distendida cena diplomática, Silvio Berlusconi y el presidente egipcio Hosni Mubarak ratifican la amistad entre los dos países y conversan sobre la Guerra del Golfo, que mantiene al mundo en vilo. A tenor de las maneras relajadas y afables con las que el primer ministro entretiene a su huésped, y de la imperturbable jovialidad que exhibe a lo largo de la velada, nada hace sospechar que éstos son algunos de los días más angustiosos de su carrera política, tras haber recibido, hace apenas veinticuatro horas, una notificación de la fiscalía en la que se le informa de que está siendo investigado por presunta corrupción de la Guardia di Finanza<sup>4</sup>. «En el rostro terso e impecable del primer ministro no hay muestra del tormento interior (siempre y cuando lo tenga)», comenta un anciano y austero cronista. «¿Es éste el hombre sobre cuya cabeza pende la espada de Damocles de un ruinoso capítulo judicial?». Entre un plato y otro, continúa el cronista, Berlusconi cuenta chistes con tal vehemencia que el traductor árabe a menudo se ve obligado a

<sup>4</sup> El sistema procesal penal italiano prevé que la fiscalía envíe una notificación (*avviso di garanzia*) a todo aquel que esté siendo objeto de una investigación preliminar. Dicha notificación siempre precede a la imputación. En el *avviso di garanzia* se detallan las leyes que presuntamente se han violado, la fecha y el lugar de los hechos, y se insta al notificado a contratar a un abogado.

La Guardia di Finanza es un cuerpo de policía dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas italiano. Históricamente ha estado asociada a la lucha contra el fraude fiscal y el blanqueo de dinero, aunque entre sus funciones principales también se encuentran la lucha contra el contrabando, el tráfico de drogas y el crimen organizado, así como el control fronterizo.

interrumpirlo para tener tiempo de encontrar las palabras adecuadas».

En el único chiste del que queda constancia, el primer ministro, tras haberse representado en presencia de Dios junto a los presidentes de las dos principales potencias mundiales, se ríe de sí mismo y de esa camaleónica astucia con la que transforma las peores noticias en anuncios triunfales, bromea con complacencia sobre su conflicto de intereses y su desenvoltura institucional, pero, ante todo, ironiza sobre la rimbombante promesa, hecha durante la campaña electoral, de crear un millón de nuevos puestos de trabajo. «¿Dónde está la amargura que hasta ayer ostentaba?», se vuelve a preguntar el viejo cronista, dividido entre una incrédula indignación y una extraña, reacia admiración frente a ese obstinado buen humor. «De un personaje así», concluye, «los campesinos alemanes dicen que “su optimismo es tan grande que cuando se cae piensa que se ha hecho daño otra persona”».

2.

BERLUSCONI EN LA OPOSICIÓN:  
EL GOBIERNO DINI, EL PRIMER GOBIERNO PRODI,  
EL GOBIERNO D'ALEMA  
(enero de 1995 – junio de 2001)