

# **La identidad nacional italiana en la prensa española.**

**Prueba piloto para el proyecto de investigación de tesis doctoral**

Marcello Lega

**Tutor: Teun van Dijk**

**Curs 2008/09**

**Treballs de recerca dels programes de postgrau del  
Departament de Comunicació**

**Departament de Comunicació**

**Universitat Pompeu Fabra**

Universitat Pompeu Fabra  
Departament de Comunicació

# La Identidad Nacional Italiana en la Prensa Española

*Prueba piloto para el proyecto de investigación de tesis  
doctoral*

**Marcello Lega**  
**Tutor: Profesor Teun van Dijk**



Màster en Estudis Avançats de  
Comunicació Social  
2008-2009



# ÍNDICE

|  |        |
|--|--------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> Presentación del tema y justificación de su relevancia académica, su novedad e importancia | pág. 6 |
| <b>1. Objetivos e hipótesis</b>  | » 12   |
| <b>2. Descripción del contexto</b>   | » 14   |
| 2.1 España, migración y emigración italiana  | » 14   |
| 2.2 Inmigrantes en España y medios de comunicación   | » 17   |
| 2.3 Contexto político y social   | » 19   |
| <b>3. Marco teórico</b>  | » 21   |
| 3.1 Identidad nacional   | » 21   |
| 3.2 Medios de comunicación, prensa y noticias  | » 23   |
| <b>4. Marco metodológico</b>   | » 30   |
| 4.1 Por qué un estudio cualitativo   | » 30   |
| 4.2 Por qué el análisis del discurso   | » 31   |
| 4.3 Estructura del análisis  | » 33   |
| 4.3.1 Análisis temático  | » 33   |
| 4.3.2 Análisis semántico   | » 34   |
| 4.3.3 Figuras del discurso   | » 35   |
| 4.3.4 Enunciación y posición del enunciante  | » 36   |
| <b>5. Análisis</b>   | » 37   |
| 5.1 Análisis temático  | » 37   |
| 5.1.1 La 'metamorfosis' a peor del <i>homo italicus</i>  | » 37   |
| 5.1.2 El pasado común  | » 40   |
| 5.1.3 El presente y el futuro  | » 42   |
| 5.1.4 Cultura común y corpus nacional  | » 45   |
| 5.1.5 Los 'testimonials' de Italia   | » 46   |
| 5.1.6 Algunas consideraciones finales  | » 47   |
| 5.2 Análisis semántico   | » 49   |
| 5.2.1 Adjetivación   | » 56   |
| 5.2.2 Los adverbios  | » 58   |

|   |         |
|---|---------|
| 5.2.3 La paradoja del <i>homo italicus</i> en acción                          | pág. 59 |
| 5.3 Figuras del discurso  | » 60    |
| 5.4 Citas y afirmaciones: la posición del enunciante con respecto al discurso | » 62    |
| <b>6. Conclusiones</b>  | » 64    |
| 6.1 Implicaciones de este análisis para la metodología de estudio             | » 64    |
| 6.2 Implicaciones teóricas y nuevas hipótesis                                 | » 65    |
| 6.3 Resultados analíticos: los italianos en la prensa nacional de España      | » 65    |
| 6.3.1 El Pasado Glorioso  | » 66    |
| 6.3.2 El presente de decadencia: una metamorfosis a peor                      | » 67    |
| 6.3.3 Estrategias discursivas: la metamorfosis de un país y de su identidad   | » 68    |
| <b>Anexos</b>   | » 70    |
| <b>Referencias bibliográficas</b>   | » 111   |

## **Resumen**

Este trabajo representa una prueba piloto de una parte del futuro trabajo de investigación al que me dedicaré durante el doctorado.

Se trata concretamente de poner a prueba ciertas estructuras lingüísticas escogidas para el análisis de artículos periodísticos, a través de un análisis de una muestra reducida de 20 artículos del periódico El País.

El análisis de prensa tiene como objetivo, dentro del marco más amplio de la futura tesis doctoral, identificar la construcción lingüística de la identidad nacional italiana dentro de la prensa española, describirla e identificar las estrategias discursivas que la rigen.

Esta prueba piloto ha demostrado que las estructuras lingüísticas escogidas eran apropiadas (temas, predicación del sujeto, adjetivación, adverbios, colecciones de sentidos, figuras del discurso y posición del enunciante con respecto al discurso), pero también a sacado a luz la necesidad de una metodología de análisis constantemente redefinida según los textos que constituyen el corpus, una redefinición *in itinere* constante.

También se ha podido describir los elementos que componen el concepto de la identidad nacional italiana tal y como se representa en la prensa española (aunque hay que recordar que la muestra es demasiado pequeña para ser considerada representativa).

Finalmente, se ha identificado una coherencia global en los artículos de la muestra en servir una macro-estrategia de transformación de la identidad nacional italiana que hemos definido como *metamorfosis a peor*, desde un *pasado glorioso* hacia un presente y futuro próximo de *decadencia*.

## **Palabras clave**

Análisis crítico del discurso, identidad nacional, Italia, nación, prensa, estrategia discursiva, identidades múltiples, nacionalismo.

## **INTRODUCCIÓN.**

### ***Presentación del tema y justificación de su relevancia académica, su novedad e importancia.***

---

Este estudio es parte de un proyecto de investigación más amplio; en concreto, representa un estudio piloto para ensayar la metodología de análisis escogida para la investigación de mi tesis doctoral.

Por eso, procederé describiendo el tema general de la tesis doctoral y luego el tema concreto de este trabajo, puesto que la relevancia académica y la utilidad/importancia del tema sólo se pueden explicar a luz de los objetivos del trabajo de investigación completo.

La investigación vierte sobre la identidad nacional de un individuo, los cambios a que se ve sujeta debidos a la emigración del individuo a otro país y los efectos de la exposición a los medios del país de llegada sobre estos cambios.

El concepto fundamental es que la migración es un momento crítico en la vida de la persona y le obliga a re-socializarse.

Como se sabe, los medios de comunicación son agentes de socialización (en este caso de re-socialización) muy importantes y poderosos.

Lo que se quiere estudiar son los efectos del discurso mediático acerca de una nación y su gente sobre el proceso de re-socialización de los inmigrantes de ese país, con respecto de su identidad nacional.

En concreto, nos interesa saber **cómo cambia la manera de auto-representarse la propia identidad nacional en los inmigrantes y cómo influyen los medios (del país de llegada) en la re-estructuración de dicha identidad.**

Para llevar a cabo este estudio se ha escogido el caso de la inmigración italiana en España.

El proyecto de investigación completo prevé:

- un estudio cualitativo de la autorepresentación de la propia identidad nacional en una muestra de ciudadanos italiano que residen en Italia y que no hayan tenido experiencias de migración y/o estancias largas en otros países
- un estudio cualitativo de la autorepresentación de la propia identidad nacional en una muestra de inmigrantes italianos que viven en España desde hace un tiempo que se pueda considerar suficiente para que se haya puesto en marcha

- un proceso de resocialización
- una comparación entre los resultados de los dos análisis anteriores, en vista de la identificación de las diferencias
- un análisis de la representación de la identidad nacional italiana hecha por la prensa española
- la comparación entre los resultados de ese análisis con los resultados del estudio de los cambios sucesivos a la migración, en búsqueda, entre otras cosas, de congruencias

En concreto, este trabajo representa el **estudio piloto del análisis de la prensa española**.

En el segundo apartado nos detendremos más sobre la estructura y los objetivos concretos del estudio.

Aquí, de momento, nos interesa explicar qué es lo que buscamos y queremos conocer con esta investigación y por qué eso sería de alguna utilidad científica y social.

Hay que hacer, entonces, una premisa fundamental, es decir, necesitamos explicitar nuestra postura ideológica y las motivaciones con que nos aproximamos al tema.

Es nuestra opinión que la investigación en ciencias sociales tiene sentido en el momento en que sirve el interés de la sociedad misma, o sea cuando se plantea un problema social real y concreto.

Para poner un ejemplo en negativo, la investigación en comunicación publicitaria que tiende a descubrir nuevas herramientas de persuasión o que pone a prueba nuevos modelos teóricos de estrategias de *branding*, no tienen como finalidad el mejorar cierto aspecto de la vida social o incrementar el conocimiento sobre cierta faceta del ser humano, sino que sus finalidades son relativas a los intereses de ciertos grupos concretos, en detrimento de la mayoría y del individuo en general, así como cierta branca de los estudios de comunicación política.

Pues la legitimidad de un proyecto de investigación en ciencias sociales se halla, en nuestra opinión, exclusivamente en su utilidad social, en la medida en que ese proyecto puede contribuir directamente o indirectamente (sirviendo como base para otros proyectos futuros) a mejorar la vida social del individuo, por ejemplo echando luz sobre procesos poco conocidos, aportando conocimiento, puesto que conocer y tener conciencia - aunque pueda no ser bastante - son la base de la libertad del individuo y de sus posibilidades de vivir una vida social en calidad de sujeto y no de objeto.



Volviendo al tema y a su relevancia, lo primero que hay que hacer es explicar por qué los estudios sobre identidad nacional y medios de comunicación son importantes.

El punto fundamental, si aceptamos la perspectiva teórica a que nos referimos aquí, es que un individuo constituye su identidad (concepto que definiremos mejor en el apartado sobre marco teórico) como suma y solapamiento de múltiples identidades distintas (Tajfel, 1981; Jenkins, 1994; Bauman, 2000; Roccas y Brewer, 2002); dentro de este abanico hay identidades muy personales y concretas, como puede ser la de "ingeniero" para quién ejerce esa profesión, y otras que dependen más de las relaciones del individuo con la sociedad y el entorno en que vive.

Entre estas últimas aparece la identidad nacional, como también la religiosa, la étnica y muchas más.

Estas identidades, entre otras cosas, poseen la peculiaridad de poder tener efectos negativos sobre la comunidad o, mejor dicho, otras comunidades.

La identidad nacional en particular se define en términos duales de pertenencia a una nación y a su comunidad y de exclusión de todo lo que no cabe en esa categoría.

Esta categorización bipolar es acompañada por una connotación positiva del propio grupo y negativa de los demás, como toda pertenencia grupal (Van Dijk, 1997).

Pero si por un lado sentirse parte de la categoría "ingenieros" puede conllevar ciertos estereotipos sobre otras profesiones sin que eso perjudique directamente a alguien, por el otro lado la percepción de la identidad nacional puede desembocar en el nacionalismo, y de allí en exacerbaciones del sentimiento nacionalista hasta la discriminación de otros grupos nacionales o étnicos, el racismo, la xenofobia y finalmente la legitimación de comportamientos violentos hacia los de otra nacionalidad o etnia.

Por esto es importante estudiar los mecanismos que están a la base de la generación de creencias y actitudes racistas y discriminatorias.

En este marco, el presente estudio se hace relevante antes que nada por su novedad, porque todavía los estudios se han centrado siempre sobre la construcción de la identidad nacional y sus relaciones con el poder político (Wodak, De Cillia, Reisigl, Liebhart, 1999), sobre el nacionalismo (Wimmer, 2002) o sobre la representación de las otras identidades nacionales dentro de cierta nación (Retis, 2004, por citar uno entre muchos).

Incluso hay estudios sobre los cambios en identidad étnica y nacional en los emigrantes, con análisis pre y post-migración (por ejemplo, Mittelberg y Borschevsky,

2004).

Pero casi no existe literatura sobre el papel desempeñado por los medios de comunicación en la resocialización étnica y nacional del inmigrante.

Además, en los estudios sobre migración y resocialización se ha dedicado poca atención al aspecto inter-identitario, es decir, a la reorganización de las distintas identidades que componen la identidad social y la redistribución del peso entre ellas.

Como veremos mejor más adelante, la hipótesis fundamental es que la resocialización pueda llevar el inmigrante hacia dos caminos principales y opuestos:

a) una radicalización de la propia identidad nacional y de los aspectos, valores y connotaciones positivas asociadas a esa, junto a mayor énfasis sobre dicha identidad dentro del abanico de identidades sociales disponibles

b) una redefinición crítica, más detallada y analítica de propia identidad nacional, junto a un redimensionamiento de la importancia de dicha identidad entre las otras de que dispone el individuo.

Eso se debe a muchas variables en juego al mismo tiempo, como el grado de integración en el nuevo país, la satisfacción personal, el grado de apreciación del país de llegada, el momento histórico, político y económico que viven los dos países, etc. Aquí, nos interesa la variable "medios de comunicación" que, como de costumbre, pueden desempeñar un papel positivo o negativo durante este proceso de reestructuración de la identidad nacional.

Pueden ayudar el individuo a ponerse en contacto con esa "mirada del extranjero" que ya fue la estratagema de Montesquieu, en 1721, para escribir las Cartas Persas e intentar una descripción menos sesgada de su nación, o bien pueden obstaculizar el proceso, a través de estrategias discursivas ideológicas que discriminen esa identidad, provocando reacciones adversas en la persona.

El funcionamiento de estos mecanismos y el confino entre positivo y negativo de las estrategias de representación mediática todavía no son tan claras.

Por ejemplo, creemos que no se puede dar por sentado que los estereotipos negativos típicos que cada nación tiene sobre otra y que la prensa reproduce en diferentes medidas tengan siempre un efecto negativo sobre el inmigrante.

Si en cambio es cierto que un exceso de estereotipos (negativos como positivos) en la prensa puede sesgar la visión de los autóctonos sobre otra nacionalidad y sustituir el conocimiento "empírico", por otro lado es posible que, como en el caso concreto de

nuestro estudio, un italiano que emigre a España y se encuentre con estereotipos y representaciones negativas de su nacionalidad se sienta empujado a reflexionar sobre las bases de dichas creencias y a desarrollar una visión más crítica sobre su nación y su "ser italiano". De la misma manera en que Montesquieu quería conocer mejor a su pueblo gracias a la toma de un punto de vista externo.

Entonces, ese es otro punto novedoso que queremos explorar.

Y su importancia reside en echar luz a la vez sobre los efectos negativos y los positivos de los medios en este proceso, y sobre la posibilidad que el proceso mismo represente un antídoto tanto a las exacerbaciones nacionalistas como a ciertas miradas etnocéntricas que igualmente causan daños en la sociedad.

En eso contribuirá la comparación entre la identidad nacional representada por los italianos que no han salido del país y aquella por los que viven en España: los resultados de esa comparación son necesarios para aislar los cambios siguientes a la migración, que serán el término de comparación con la identidad representada en la prensa española. Sólo de esa manera se podrá establecer – si se dará el caso – una correlación entre la exposición a los medios y ciertos cambios en la autorepresentación de la identidad nacional en los inmigrantes italianos en España.

Paralelamente, eso podría ser una ulterior confirmación del **carácter dinámico y contextual de la identidad nacional** (Ricoeur, 1992; Wodak, 1999) y este es un asunto de importancia capital, sobre que se está trabajando hace tiempo en la comunidad científica, pero que todavía no ha sido interiorizado por la gran mayoría de los individuos.

Muchos partidos y posiciones de poder político basan todavía gran parte de su relación con el electorado en la defensa de los valores fundamentales de la identidad nacional de su país (evidentemente este es sobre todo el caso de partidos de derecha populares), como si dicha identidad sea natural, fija e inmutable en el tiempo y se necesite un poder político que se haga cargo de defenderla de posibles "mutaciones".

Reformular el concepto de identidad nacional como algo que puede mutar en el tiempo y que en parte depende del contexto y "demostrar", al mismo tiempo, su peso relativo y para nada indispensable para la supervivencia y la autorepresentación de un individuo. Se trataría de dos acciones que echarían por tierra la legitimación de muchas posiciones de poder político, además de sufragar una vez más la irracionalidad de cualquier ideología racista y xenófoba.

La importancia de este proyecto reside también en aportar otras evidencias científicas al tema y a dichos aspectos de los fenómenos en juego.

Puede sonar una proposición algo atrevida, pero, en nuestra opinión, los resultados, juntos con los de otros estudios futuros, legitimarían propuestas y acciones sociales que promuevan el contacto con "miradas externas", tal vez en vista del desarrollo de un sentido de pertenencia global, como ya indican muchos teóricos (Maalouf, 1999) que supere la necesidad de las reconfortantes pertenencia e identificación con una nación bien delimitada (Atxaga, 1997).

Ya en el pasado hemos asistido al nacimiento de iniciativas de ese género, quizá en un nivel "macro" y con finalidades primarias de otro género, pero que conllevaban también esa posibilidad; estamos pensando en las becas Erasmus y de movilidad para estudiantes, para citar algunas, pero no es fuera de lugar pensar en la incorporación en los currículum educativos de la enseñanza obligatoria de lecturas de prensa y literatura extranjera sobre la nación de origen.

Esto nos lleva finalmente a otro, y paralelo, aspecto de la justificación de este trabajo de investigación: su relevancia académica.

Este estudio pretende partir desde una aproximación multidisciplinaria y como tal pensamos que los resultados puedan ser de inspiración para nuevos trabajos en distintas disciplinas.

Principalmente, las implicaciones futuras serían dos:

a) para el desarrollo ulterior y la profundización de ciertas ramas de la Social Identity Theory y futuros trabajos sobre identidad, socialización y medios de comunicación, desde el punto de vista psico-sociológico.

b) para futuros trabajos desde el enfoque del ACD (análisis crítico del discurso), nuestra referencia metodológica fundamental, sobre discursos mediáticos, pero con respecto a la audiencia y no sólo a las estrategias de producción del discurso.

Este trabajo en concreto, es decir, el análisis de la representación de la identidad nacional italiana en la prensa nacional española, ya por si mismo va a ser útil a nivel académico, para quiénes trabajen con análisis lingüístico y discursivo. Se pondrán a prueba ciertas herramientas de análisis, en este estudio piloto, y un resultado positivo indicaría de dicha estructura metodológica, relativamente a discursos en textos periodísticos sobre "otra" identidad nacional.

## Capítulo 1

### OBJETIVOS E HIPÓTESIS

---

Antes que nada, este estudio tiene como finalidad poner a prueba ciertas estructuras discursivas que se han escogido para llevar a cabo el análisis de los artículos periodísticos; se trata en este caso de un *meta-objetivo*, o si queremos de un objetivo funcional.

Dentro del enfoque de la metodología cualitativa, es de importancia capital calibrar las herramientas de análisis al objeto de estudio y a los objetivos de la investigación, por eso un estudio piloto es imprescindible.

Secundariamente, a continuación presentamos los objetivos del análisis de la representación de la identidad nacional italiana en la prensa nacional española:

- 1) identificación de los elementos conceptuales que componen el retrato mediático de la identidad nacional italiana en la prensa española.

Nos referimos a esos rasgos culturales y formas de comportamiento social que constituyen el *Volkgeist*, así como lo entiende Kolakowski (1995) en su celebre tipología de la identidad nacional y que en concreto representa el primero de los 5 elementos que el autor define como constitutivos de dicha identidad.

Eso nos sirve, dentro del proyecto global de investigación, para poder compararlo con la autorepresentación hecha por los inmigrantes.

- 2) Identificación de los temas con que están asociadas las noticias sobre Italia y sobre la identidad nacional de ese pueblo.

Según las últimas interpretaciones de la teoría del *framing* en estudios sobre comunicación mediática (Entman, 1993; Tankard, 2001), los medios de comunicación construyen las noticias a partir de un *frame*, de un encuadre y el proceso de encuadrar equivale a seleccionar "*algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo, de tal manera que consigan promover una definición del problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito*" (Entman, 1993: 52).

Por eso es tan importante definir el *frame* y los temas sociales con que se ve asociada la identidad nacional italiana en la prensa española, para comprender las "sugerencias" interpretativas que el artículo proporciona al público, en este

caso los inmigrados italianos.

- 3) Identificación de los estereotipos nacional-culturales empleados en los artículos para describir la categoría "italianos".
- 4) Identificación y descripción de las estrategias discursivas empleadas en los artículos, relativamente a la identidad étnica y nacional italiana.

Por estrategias discursivas nos referimos a "*un plan de prácticas más o menos preciso y más o menos intencional [...] que se adopta con el fin de alcanzar un determinado objetivos social, político, psicológico o lingüístico*" (Wodak y Meyer, 2001: 115).

Es fundamental comprender las potencialidades de los artículos, para relacionarlos con el caso concreto de un público inmigrado de la misma nacionalidad sobre la cual se escribe.

La perspectiva que adoptamos aquí es la de los fautores del análisis crítico del discurso (Van Dijk, 1997; Wodak, 2001): los discursos son prácticas sociales y como tales tienen efectos tangibles sobre la estructura social.

Paralelamente, y gracias a los resultados obtenidos en vista de esos objetivos, se quieren demostrar las siguientes dos hipótesis:

- a) Las noticias que tratan eventos ocurridos en Italia o que tienen como protagonistas personas y/o entes italianos contienen una serie de evaluaciones generales sobre las características de la identidad nacional de ese país, que no son pertinentes y no necesarias a las finalidades informativas del artículo.
- b) La prensa nacional española emplea determinados marcos interpretativos relacionados con temas sociales negativos, así que proporcionan un retrato centrado en los aspectos negativos (y estereotipados) de Italia y de la identidad nacional italiana, por extensión.

## Capítulo 2

### DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO

---

#### 2.1 *España, inmigración y emigración italiana.*

Para comprender mejor el objeto de estudio es necesario describir el contexto en que se produce la migración que estudiamos.

Hay dos razones fundamentales:

a) la situación económica y política de los dos países influyen sobre el concepto y la relevancia de la identidad nacional en los inmigrantes y también en los autóctonos del país de llegada. Hay que comprender la entidad y las características peculiares de la migración desde Italia a España y la entidad del fenómeno "migración" en España, para interpretar mejor el tratamiento hecho por la prensa nacional española, las ideas que circulan en la sociedad, por un lado, y por el otro qué tipo de emigración es la italo-española.

b) Italia y España son dos países económicamente desarrollados, así que los motivos de la migración se debe, por lo menos en cierta medida, a motivos ajenos al bienestar económico del emigrante. Eso es crucial a la hora de estudiar los cambios en la re-construcción de la identidad nacional en los inmigrantes y, con respecto al retrato de ella que hace la prensa española, es también muy importante para interpretar las reacciones de la opinión pública española.

Los datos que presentamos a continuación provienen de las encuestas realizada por la Secretaria de Estado de Inmigración y Emigración. Los datos son relativos a la última encuesta nacional sobre inmigrantes y se refieren al primer trimestre del año 2009 (encuestas cerradas en fecha 31 de marzo de 2009).

El total de inmigrantes registrados en España suma 4.495.349 personas. He aquí una tabla con datos más analíticos sobre la situación de la inmigración en España durante el primer trimestre del año corriente.

**EXTRANJEROS CON CERTIFICADO DE REGISTRO O  
TARJETA DE RESIDENCIA EN VIGOR (8)**

01/03/09

| Extranjeros residentes a fin del período        | Dato del último período | Variaciones sobre igual período año anterior |               |
|---|-------------------------|--|---------------|
|   |                         | Absolutas                                    | En porcentaje |
| <b>Extranjeros residentes a fin del período</b> | <b>4.495.349</b>        | <b>302.514</b>                               | <b>7,2</b>    |
| Hombres   | 2.413.144               | 135.179                                      | 5,9           |
| Mujeres   | 2.075.977               | 161.520                                      | 8,4           |
| De 0 a 15 años                                  | 605.079                 | 72.840                                       | 13,7          |
| De 16 a 64 años                                 | 3.719.012               | 222.693                                      | 6,4           |
| De 65 o más años                                | 166.922                 | 2.815  | 1,7           |
| Espacio Económico Europeo (EEE) (10)            | 1.719.011               | 60.543                                       | 3,7           |
| No EEE  | 2.768.738               | 235.502                                      | 9,3           |
| Marruecos                                       | 729.672                 | 53.766                                       | 8,0           |
| Ecuador   | 438.388                 | 24.746                                       | 6,0           |
| Colombia  | 282.635                 | 18.086                                       | 6,8           |
| China   | 143.273                 | 17.216                                       | 13,7          |
| Perú  | 138.559                 | 15.398                                       | 12,5          |
| Argentina                                       | 100.211                 | 3.762  | 3,9           |
| Rep. Dominicana                                 | 82.850                  | 8.331  | 11,2          |
| Resto no EEE                                    | 853.150                 | 94.197                                       | 12,4          |
| Régimen Comunitario                             | 2.059.472               | 96.817                                       | 4,9           |
| Régimen General                                 | 2.435.877               | 205.697                                      | 9,2           |
| Según tipo de autorización                      |                         |  |               |
| Temporal: Inicial                               | 258.720                 | -45.284                                      | -14,9         |
| Temporal: Primera renovación                    | 445.117                 | -299.351                                     | -40,2         |
| Temporal: Segunda renovación                    | 684.313                 | 397.246                                      | 138,4         |
| Temporal: Otro Tipo                             | 72.117                  | 33.899                                       | 88,7          |
| Permanente                                      | 975.610                 | 119.187                                      | 13,9          |
| Según motivo de concesión                       |                         |  |               |
| Residencia Temporal y Trabajo                   | 913.377                 | -6.279                                       | -0,7          |
| Trabajo cuenta ajena                            | 899.183                 | -6.233                                       | -0,7          |
| Trabajo cuenta propia                           | 14.194                  | -46  | -0,3          |
| Residencia Temporal                             | 546.890                 | 92.789                                       | 20,4          |
| Residencia no lucrativa                         | 278.925                 | ..   | ..            |
| Reagrupación familiar                           | 196.181                 | ..   | ..            |
| Circunstancias excepcionales por Arraigo        | 68.255                  | ..   | ..            |
| Otras circunstancias excepcionales              | 3.529                   | ..   | ..            |
| Residencia permanente                           | 975.610                 | 119.187                                      | 13,9          |

Tabla 2.1, fuente: <http://www.mtin.es/es/estadisticas/resumenweb/RUD.pdf>

Puesto que todavía no se conocen datos oficiales sobre el año 2009, el sitio web de la C.I.A. World Factbook<sup>1</sup> pública que en fecha 1 de enero de 2008, la tasa de inmigración de España era del 9,90%, aproximadamente 1 ciudadano cada 10 es inmigrado, o sea no ha nacido en España y procede de otro país.

En concreto, con respecto de la cifras de la tabla vista anteriormente, de esos 4.495.349 inmigrantes, 137.488 son italianos, es decir, aproximadamente el 3,06%

<sup>1</sup> <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>



**Extranjeros con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor según nacionalidad. 31-03-2009**

**TOTAL: 4.495.349**

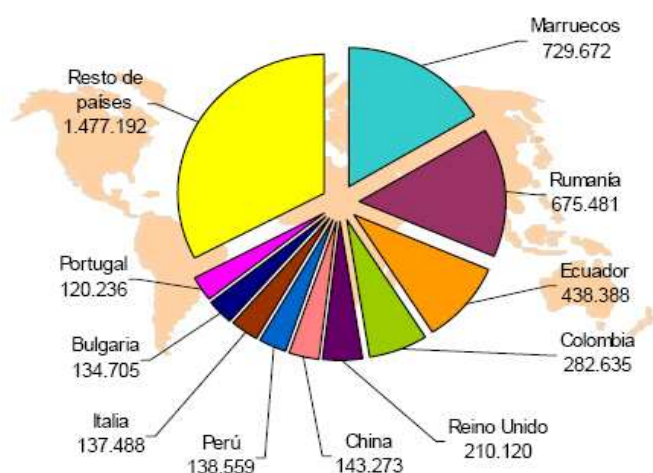


Imagen 2.1, fuente: Secretaria de Estado de Inmigración y Emigración, Gobierno de España (<http://extranjeros.mtas.es/es/InformacionEstadistica/>).

Por otro lado, hay que considerar la emigración italiana en su conjunto.

El Ministerio de Asuntos Exteriores Italiano decretó, en enero 2009, los siguientes datos con respecto de los italianos residentes en el extranjero<sup>2</sup>:

Residentes en Europa: 2.157.537

Residentes en América del sur: 1.118.338

Residentes en América central y del Norte: 370.009

Residentes en África, Asia, Oceanía y Antártida: 207.730

Pues, aproximadamente el total de inmigrantes italianos en España representa el 3,57% de todos los emigrantes italianos y el 6,37% de inmigrantes italianos en otros países europeos.

Hay un informe muy interesante sobre las emigraciones italianas, hecho por la fundación Migrantes<sup>3</sup>.

En este estudio aparecen datos inesperados, que en parte contradicen otros procedentes de otras fuentes clásicas, como el AIRE (Asociación Italianos Residentes

---

<sup>2</sup> Fuente: Gazzetta Ufficiale núm. 24, 30 de enero del 2009, citado en Italiaestera.net (<http://www.italiaestera.net/modules.php?name=News&file=dossier&cid=180>)

<sup>3</sup> Aquí se puede consultar una presentación gratuita del estudio: [http://www.rapportoitalianinelmondo.it/down/2008\\_Scheda\\_Italiano.pdf](http://www.rapportoitalianinelmondo.it/down/2008_Scheda_Italiano.pdf)

en el Extranjero) o los mismos datos recopilados en las encuestas del ministerio italiano.

Aparte eso, en el documento de presentación del informe, se hace hincapié en alto porcentaje de jóvenes (casi el 54%) que no superan los 35 años de edad; muchos de ellos son jóvenes neo-licenciados que emigran en búsqueda de mejores empleos y mejores condiciones de vida.

Según una encuesta, el 52% de los italianos licenciados y con empleo en el extranjero consideran muy improbable un regreso en el país de origen.

Emerge, por lo que se lee en el informe, que muchos emigrantes han conseguido una situación estable en el país de llegada, bajo varios puntos de vista (económico, integración social, relaciones interpersonales y de pareja).

De todos los emigrantes italianos instalados en el extranjero, sólo una minoría queda profundamente ligada al país de origen o, mejor dicho, no transforma de manera evidente su relación con su país.

En el informe se lee que sólo una minoría de los encuestados (la versión de presentación del informe no presenta número al respecto):

- envían a Italia parte de sus ahorros
- piensan regresar definitivamente a Italia
- siguen el asociacionismo italiano, siendo más bien involucrados en estructuras y procesos locales
- prefieren hablar italiano, ya que comprenden la importancia de la identidad lingüística del país de llegada

Asimismo, se afirma que los italianos emigrados “siguen siendo parte de la realidad italiana, pero de otra manera con respecto al pasado; una diversidad [...] que necesita perspectiva innovadoras para ser comprendida” (Rapporto italiani nel mondo, Scheda Italiano, pag. 6).

## 2.2 *Inmigrantes en España y medios de comunicación.*

Otro aspecto importante a considerar, para enfocar el objeto de estudio de una manera más detallada, es el uso que hacen los inmigrantes en España de los medios de comunicación españoles.

En vista de los fines del proyecto de investigación y no sólo de este estudio piloto, para estudiar la influencia de la prensa española sobre la resocialización de la identidad nacional, hay que mirar a las “costumbres mediáticas” de los inmigrantes (a

poder, de los italianos en particular).

La mejor referencia, en este sentido, es el Resumen General EMI 2008, realizado por la ECV Investigación para la ACPI (Asociación para el Conocimiento de la Población Inmigrante).

Según este estudio conducido a lo largo del año 2008, la población inmigrada en España consume preferentemente dos tipos de periódicos: los semanales para inmigrantes y los periódicos diarios gratuitos, después quedan los mensuales para inmigrantes (prensa especializada) y los diarios generalistas y deportivos nacionales. He aquí las cifras:

| PERIODICOS                        | LECTORES | PORCENTAJE |
|-----------------------------------|----------|------------|
| Semanales inmigrantes             | 608.500  | 27         |
| Mensuales inmigrantes             | 363.800  | 16,2       |
| Gratuitos generalistas            | 558.900  | 24,8       |
| Diarios generalistas y deportivos | 335.300  | 14,9       |

Tabla 2.2, fuente: Resumen EMI 2008, ACPI ([www.acpi-emi.com/resumen\\_emi2008ok.pdf](http://www.acpi-emi.com/resumen_emi2008ok.pdf))

Dentro de las dos categorías que nos interesan, las dos últimas de la tabla precedente, se evidencian respectivamente 20 Minutos con 334.900 lectores diarios y Metro con 320.600 dentro de la prensa gratuita, y El País con 98.800 lectores diarios y Marca con 72.200, dentro de los periódicos generalistas y deportivos.

Es evidente que para los fines de esta investigación, resulta más representativa la prensa gratuita, puesto que los lectores diarios de El País suman aproximadamente un tercero del público total de 20 Minutos.

Estos datos no deben sorprender y tampoco servir para inferencias sobre las costumbres de los lectores inmigrados, puesto que la prensa gratuita sigue siendo la más leída también dentro la población total del país, incluidos los españoles, aunque con una diferencia mucho menos importante: con referencia al año 2007, 20 Minutos contaba con 2.507.000 de lectores diarios, El País con 2.234.000.

Parece legítimo preguntarse si la prensa gratuita es consumida por los lectores (inmigrados y autóctonos) con las mismas finalidades de la prensa generalista de pago, es decir, cabe la duda de que los diarios gratuitos como 20 Minutos o Metro se utilicen más para una lectura extemporánea, para ponerse al día con los acontecimientos de relevancia social y global. La duda es legítima en cuanto dicha prensa no se caracteriza por artículos de opinión, por reportajes o por profundización

de temas políticos y sociales, más bien se dedican a cubrir las necesidades de información de actualidad del público.

La prensa generalista de pago parece servir más para ese fin.

Otro interrogante va sobre la veracidad de los datos de las estadísticas, ya que el número de lectores se calcula a partir de las copias entregadas y de los individuos alcanzados, sin ninguna certeza sobre que el individuo haya realmente leído el periódico.

Por la prensa nacional de pago, se supone una lectura real, puesto que la adquisición del periódico supone una elección deliberada y un gasto monetario.

Por estas razones, y por otra que explicaremos mejor en el apartado sobre metodología, escogeremos como corpus de análisis una muestra de artículos de El País y no de 20 Minutos u otro periódico de la prensa gratuita.

### *2.3 Contexto político y social.*

Finalmente, cabe gastar unas palabras sobre las circunstancias políticas y sociales que se dan al momento de poner en marcha el estudio.

Primero hay que recordar que España e Italia son dos países afines, con un nivel de desarrollo económico parecido y esto, junto con los datos sobre la migración intra-europea de los italianos, nos recuerda que debe haber otras motivaciones para los flujos migratorios desde Italia a España, más bien de carácter social y cultural, sino político.

Eso es importante a la hora de considerar los cambios en la auto-representación de la identidad nacional en los italianos emigrados a España, porque es muy probable que ya anteriormente a la migración, los futuros emigrantes tuviesen una actitud crítica y problemática hacia su identidad nacional y su país.

Secundariamente, es fundamental recordar la situación política de los dos países y sus relaciones.

España está administrada por un gobierno de centro-izquierda, cuyo líder es Zapatero, mientras que el gobierno italiano es derechista y su líder es Berlusconi.

Recientemente, aparte muchos otros episodios del pasado, aunque las relaciones con España siempre han sido buenas y amistosas, Berlusconi se ha vuelto una figura muy popular y negativamente famosa en el extranjero.

Él, sus escándalos, su conducta y su política personalista han sido criticados y atacados por la prensa de muchos países, en particular Inglaterra y España. Justo a comienzos de junio de 2009, Berlusconi salió en la prensa española a propósito de sus relaciones extraconyugales con menores y del despilfarro de dinero público para usos personales.

Las noticias y las fotos que el líder italiano consiguió censurar en los medios de su país, han sido publicadas en España por El País (luego han venido los demás periódicos) y a esta publicación ha seguido la demanda judicial por parte de Berlusconi.

Consideramos relevantes estos hechos, porque una de las hipótesis a demostrar es que el concepto de otra identidad nacional construido por la prensa pasa también a través de la *encarnación* de valores y conceptos en algunas figura simbólicas, proceso que en publicidad se conoce como *endorsement*.

En este caso, la frecuente publicación de noticias críticas y de tono negativo sobre el líder político italiano puede conllevar una tematización negativa de las noticias y una transferencia de las propiedades del individuo-símbolo a la identidad nacional de su país.

## Capítulo 3

### MARCO TEÓRICO

---

En este apartado definiremos los conceptos más importantes de nuestra investigación y las relativas teorías que tomamos como referencia y punto de partida para la aproximación al objeto de estudio.

#### 3.1 *Identidad nacional*

El concepto de "identidad" es ambiguo, como a menudo ocurre en las ciencias sociales.

Por una reseña de las principales aportaciones sobre el concepto de identidad e identidad nacional, nos referimos a Wodak (1999).

La formación de la identidad, en psicología social, se considera un proceso conflictivo y dialéctico, una verdadera negociación de la identidad (Goffman 1959; Swann, 1987), a través de pruebas, confirmaciones, dudas, comparación con otros y nuevos modelos emergentes y la crítica de los modelos ya adquiridos.

Como también señala Ricoeur (1992, en Wodak, 1999), en este sentido la identidad es un concepto relacional, hecho de relaciones con el entorno social, que se construye y se va re-definiendo continuamente a lo largo de la vida del individuo, aunque hay algunas etapas más importantes, en que se echan las fundamentas de la auto-representación de la persona. Eso ocurre durante las fases de socialización primaria y secundaria, según el modelo todavía válido de Parson (1956).

Lo más importante es la naturaleza dinámica de la identidad que se bifurca en dos sentidos distintos: en su dimensión diacrónica, la identidad del individuo se puede definir "narrativa" (Ricoeur, 1992), es decir, la identidad evoluciona y se transforma a lo largo de la vida, no es nada fijo o inmutable y depende de las relaciones del individuo con su entorno y las experiencias de su vida, exactamente como un personaje de una narración, cuya identidad cambia junto con la evolución de la trama. Por otro lado, en su dimensión sincrónica, la identidad no es un ente simple, sino un conjunto de identidades múltiples, que definen la persona en diferentes contextos, así como le sirven en diferentes situaciones (Gergen, 1972; Rajchman, 1995, Wodak, 1999).

El individuo "expresa" sus identidades en la medida en que esas se hacen relevantes en cada momento y situación de su existencia.

Resumiendo, la identidad es más bien un conjunto de identidades y evoluciona en el tiempo, con respecto a sus contenidos y también a las relaciones jerárquicas entre las identidades que componen el macro-concepto de Identidad.

Justamente este aspecto de las relaciones jerárquicas y de como tal jerarquía se define y se transforma es el aspecto menos estudiado y sobre el que queremos centrarnos con esta investigación, evidentemente con respecto de la identidad nacional.

Evidentemente, esta postura teórica se pone en contra de toda una serie de pensadores más antiguos y otros contemporáneos que, partiendo de otras posturas ideológicas, interpretan la identidad como algo dado, fijo. Estamos hablando principalmente de partidos políticos que fundamentan sus programas sobre la conservación y la defensa de ciertas identidades, como la nacional pero también otras más "personales", como la sexual.

Esto nos lleva al concepto de identidad nacional, que se define como un conjunto de elementos orientados según el eje temporal: cada identidad nacional necesita de un pasado, un presente y las bases que estos ponen para una actitud hacia el futuro (Wodak, 1999).

En un nivel más teórico, la referencia fundamental en los constituyentes de la identidad nacional sigue siendo la tipología creada por Kolakowski (1995), así como explicada y adaptada al análisis del discurso por Wodak (1999).

Por Kolakowski, la identidad nacional se compone de 5 elementos:

- 1) la vaga y esencial idea de un *espíritu nacional* o *Volkgeist* que se expresa en ciertas formas culturales de vida, ciertas normas colectivas de comportamiento
- 2) una *memoria histórica*, una memoria colectiva basada en hechos reales y otros inventados, leyendarios, así como muchos mitos de fundación (predilectos por los nacionalismos) son re-interpretaciones casi épicas de los hechos ocurridos realmente.
- 3) *Anticipación y orientación para el futuro*, la identidad nacional se basa también en un presente, informado por el pasado y unos objetivos y una actitud hacia el futuro que les espera a los que comparten dicha identidad
- 4) un "*corpus nacional*", es decir el conjunto de elementos materiales como patrimonio natural y cultural, territorios, confines, paisajes y otros artefactos físicos que únicamente cuentan aquí por su valor simbólico, de representación, encarnación de la identidad en objetos físicos.

5) Finalmente, un *origen común y narrado*, el mismo mito de la fundación, un hecho presuntamente histórico que señala el comienzo de la existencia de la nación y de la identidad de sus ciudadanos.

Dejemos ahora, por un momento, el tema de la identidad nacional para pasar a las teorías sobre medios y sobre noticias periodísticas que nos interesan. Volveremos más adelante a la identidad nacional, para revisar algunas teorías recientes sobre su construcción en los discursos mediáticos y con respecto a las relaciones entre medios de comunicación y socialización, en cuanto interiorización de sistema social y autorepresentación de uno mismo como poseedor de distintas identidades sociales, compartidas con ciertos grupos.

### 3.2 *Medios de comunicación, prensa y noticias.*

Nuestro presupuesto teórico fundamental es que los medios de comunicación representan un nuevo y poderoso agente de socialización y que, como tal, proporcionan al público cantidad de retratos de la realidad, valores, ideas, normas de comportamiento y conceptos, a menudo condicionados por ideologías políticas y con efectos sobre el público que van más allá del constituir una simple fuente de información para el conocimiento activo y libre de la persona.

Sobre los efectos de los medios el debate sigue abierto, como muchas otras cuestiones de socio-psicología; McQuail(2005: 494) resume así el estado general de la cuestión: “[...]media can teach norms and values by way of symbolic reward and punishment for different kinds of behavior as represented in the media. An alternative view is that it is a learning process whereby we all learn how to behave in certain situations and the expectations which go with a given role or status in society. Thus the media are continually offering pictures of life and models of behavior in advance of actual experience”.

Katz (1980) describe la investigación en comunicación de masa como una historia hecha de oscilaciones entre concepciones opuestas: a una fase en que se subraya el poder incontrastable de influencia de los medios sobre una audiencia pasiva se contrapone una siguiente fase en que se evidencia la capacidad de los individuos de contrastar activamente los tentativos de persuasión.



En nuestra opinión, una de las mediaciones más interesantes entre las muchas concepciones contrarias es la Teoría de la dependencia del sistema mediático, elaborada por los Rokeach y unos colaboradores (DeFleur y Ball-Rokeach, 1989). Según esta teoría, la comunicación de masa constituye relaciones con otros sistemas (individuos, grupos, organizaciones, sistema social y subsistemas sociales como el sistema político, religioso, educativo, etc). Cada uno de los sistemas persigue distintos objetivos y para alcanzarlos necesita recursos que no están todos bajo su control. A menudo estos recursos están controlados por otro sistema, con que se hace preciso establecer flujo de intercambio.

El individuo también es un sistema que utiliza ciertos recursos del sistema-medios para conseguir ciertos de los objetivos que lo caracterizan.

En particular, a través de los recursos informativos que el individuo "pide" a los medios, él puede perseguir 3 clases de objetivos:

- a) Comprenderse a sí mismo y a los demás
- b) Orientación a la acción e interacción
- c) Entretenimiento

Las primeras dos son las que nos interesan.

Los medios de comunicación re-presentan el mundo y sus actores, y los individuos utilizan los medios para conocerse y conocer el mundo, de una manera que sus recursos biológicos no le permitirían. En este sentido, el medio es realmente una extensión de los órganos perceptivos del ser humano, una prótesis (McLuhan, 2001). Pero también es una prótesis de otras funciones cerebrales y psicológicas, en el momento en que el hombre transfiere en el medio de comunicación la capacidad de interpretar y funciones cognitivas y emocionales, o, mejor dicho, *delega* a los medios ciertas funciones que en la sociedad occidental contemporánea se reconocen como sociales y socialmente distribuidas: educación, instrucción, moralización, información.

Como señala también Van Dijk, a propósito de las noticias de la prensa, hay muchas preguntas abiertas sobre cómo la comunicación mediática nos afecta, cómo nos ayuda o dirige en nuestro proceso de conocimiento del mundo (socialización), cómo nos persuaden los medios y cuánto nuestra visión del mundo queda sujeta a nuestra libre elección (Van Dijk, 2002).

En un nivel más general, podemos resumir las últimas teorías sobre efectos de los medios con respecto del proceso de socialización y construcción de identidades (como parte de la interiorización y conocimiento del mundo) en 3 posturas distintas pero

afines:

El primero es la Cultivation Theory (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1994), que afirma que los medios de comunicación de masa, en particular la televisión, construyen a través de sus contenidos un determinado retrato de la realidad, que se puede ver gradualmente adoptado por su audiencia, a causa de una repetida exposición; el público irá aprendiendo esos modelos y esas creencias sobre el mundo. El modelo se fundamenta en los efectos psicológicos de la repetición del mensaje y de la familiarización con ciertas características del mismo, que inciden sobre el grado de confiabilidad atribuido a la fuente.

El defecto de este modelo se halla en la presuposición de cierta homogeneidad de contenidos, estilos e ideologías en el mismo medio, además de no tener demasiado en cuenta el efecto sinérgico del uso – como es normal hoy día – de distintos medios a la vez por el mismo individuo.

Un segundo modelo teórico es él que concibe el aprendizaje social de comportamientos, normas y creencias como algo relativamente aparte de la persuasión (Bandura, 1994). El punto, aquí, sería que el público no imita directamente los comportamientos y tampoco es que siempre los haga suyos, sino que los aprende, junto con las creencias y las normas, categorizándolos entre “apropiados” y “no apropiados” en su contexto social (Donnestein y Smith, 2001).

No se trata, según este modelo, de que el individuo esté convencido de la bondad y de la utilidad del comportamiento que ve representado en la televisión, por ejemplo, sino que el mismo hecho que tal comportamiento sea representado en la televisión connotaciones positivas y de aprobación social, conllevaría, psicológicamente, que ese comportamiento es realmente apropiado en la sociedad.

El énfasis de este enfoque es evidentemente en el reconocer que el individuo confíe en los medios e interprete como representativo de la realidad lo que ve y lee en los medios.

Finalmente, un tercer modelo teórico, *Priming Theory* (Jo y Berkowitz, 1994), se basa en la accesibilidad de la información y de los esquemas mentales.

Según esté enfoque, la exposición a un mensaje activaría ciertos esquemas mentales y ciertos campos de la memoria y de la experiencia personal. Esa activación los haría más accesibles a corto plazo, creando un mecanismo de auto-alimentación, donde la repetición del mismo estímulo o de estímulos relacionados al mismo esquema, haría más fuerte y estable dicha construcción mental, hasta producir efecto de largo plazo en las creencias y modelos mentales de las personas.

En cierta parte, los 3 son evidentemente buenos modelos teóricos, con la limitación que ningún modelo teórico de los desarrollados hasta ahora puede realmente prever todos los efectos de la exposición a los medios de comunicación de masa, por un motivo muy sencillo: las variables en juego son muchas y, sobre todo, no son controlables.

También hay que recordar otra variable fundamental (que lo complica todo aún más): el contexto (Steele y Brown, 1995). Su importancia es indudable y todavía no disponemos de metodologías de investigación que puedan aislar el efecto de los medios, por ejemplo, de aquello de la conversación diaria con los grupos social de pertenencia. Además, hay otra cosa ya mencionada anteriormente que lo complica todo: la pluralidad y heterogeneidad del universo mediático: el mismo individuo lee periódicos, libros, mira programas televisivos y navega en Internet buscando información a diario.

Es evidente que el proceso de socialización de un individuo – por lo que concierne al papel de los medios – es el fruto de la interrelación entre distintas fuentes, distintos mensajes y, por tanto, distintos modelos e ideologías en conflicto entre ellos.

Por otra parte, se puede teorizar que la comunicación mediática, como cualquier proceso comunicativo, se ve afectada por el contexto cultural y sus modelos dominantes.

Aquí se supone que haya una interacción en el mismo sentido entre distintos medios y dentro del mismo medio, a nivel de normas y creencias sociales representadas, debido al modelo cultural dominante de la sociedad en que se produce la socialización del individuo.

De hecho, esa interacción ha de ser mucho más amplia, comprendiendo los mensajes producidos por el sistema político, los de instituciones religiosas mayoritarias y finalmente el discurso propio producido por cada medio.

Centrándonos en el medio que aquí nos interesa, la prensa, nos referimos a Van Dijk (2002) por la revisión de los estudios sobre conocimiento, socialización y discurso escrito.

El punto clave es que al día de hoy, sin muchos cambios desde lo que señalaba Van Dijk, existen muchos trabajos sobre conocimiento desde el punto de vista de la psicología y de la neurobiología, existen en el ámbito de la filosofía, de la sociología y de la antropología, pero todos tienen en común el centrarse o bien sobre la persuasión en general o bien sobre la formación del conocimiento.

Todavía se sabe muy poco de cómo se desarrolla el procesamiento de un texto, de cómo el individuo "usa" el texto.

De aquí la necesidad de una aproximación multidisciplinaria al tema (Van Dijk, 1997) y también la necesidad de estudios sistemáticos sobre aspectos concretos del procesamiento del texto y de la información vehiculada por los medios, dentro del marco general de la socialización y de la formación y re-construcción continua de las identidades múltiples del individuo (lo que legitima esta investigación).

Acotando aún más el tema, con respecto de las relaciones entre construcción de identidad y medios de comunicación, hemos de señalar algunos estudios, pero antes hay que hacer presente que se trata de estudios sobre socialización primaria y secundaria, que poco nos dicen sobre la resocialización y que, igualmente, los que tratan el tema de la identidad nacional, lo hacen en el marco de la comunicación "nacionalista", por llamarla de alguna manera.

Estudios sobre las estrategias discursivas de construcción de identidad nacional como lo de Wodak (1999), nos dicen mucho sobre cómo la sociedad produce discursos sobre su propia nación y como se crean categorizaciones bipolares entre in-group y out-group (véase también Van Dijk, 1998), pero no nos dicen mucho acerca de los discursos sobre *otras* nacionalidades cuando estos vienen procesados por un público de inmigrantes de dicha nacionalidad.

Existen cantidad de estudios afines, aunque desde otras perspectivas, y todos apuntan a lo mismo: la prensa, y los medios en general, producen discursos etnocéntricos y excluyentes sobre las demás identidades étnicas y nacionales, proponiendo una fuerte categorización bipolar entre "Nosotros" y "Ellos".

He aquí una cita de Henry (1994), sobre el retrato de la étnia jamaicana en la prensa canadiense: *The article ["Island Crime Wave Spills Over: Criminal Subculture Exported to Canada," July 1992] . . . note[s] that, although it is now unpopular to discuss Black crime in Toronto, it is quite clear that "this criminal subculture has been exported" [from Jamaica] and is evident on the streets of Toronto and, to a lesser extent, in Montreal. Named and unnamed Toronto police sources are quoted as saying that Black crime is no myth, it is reality "which manifests itself in police records" and is proof that "a volatile group of young Jamaican males has altered Toronto's criminal landscape . . . in an explosion of guns and crack cocaine." . . . Local Jamaican experts are quoted as saying that crack cocaine is the result of the hopelessness of life among the poor and the breakdown of the family . . . . [The article] ends by offering another*

*"expert's" opinion that Jamaican's are aggressive and violence-prone because they are the descendants of the most rebellious slaves who were offloaded in Jamaica more than two centuries ago. (Henry, 1994: 220, citado en Wilson y Sparks, 1999).*

Otro estudio significativo es el de Ángela Hernández, sobre el caso de la identidad nacional gibraltareña en la prensa (Hernández, 2008). Aún así, tenemos otras confirmaciones de como el discurso construye esta identidad, de los intereses políticos e ideológicos que hay detrás y que informan y dirigen todo el proceso (Wodak, 1999), pero no sabemos como el texto periodístico es usado por su público.

Finalmente, queremos citar un estudio que presenta exactamente las características del proyecto de investigación completo que se llevará a cabo durante el periodo de doctorado.

Este estudio conducido por los doctores David Mittelberg y Nikolay Borschevsky (2004) vierte sobre los cambios en la identidad étnica en los emigrantes judíos pre y post emigración desde la Unión soviética a Israel, en los kibbutz.

El resultado más significativo es la evidencia de unos cambios importantes en la auto-representación de la identidad étnica en dicho emigrantes, relacionada con las experiencias de vida en las nuevas estructuras en que se instalaron al llegar a Israel. Hay que notar que los cambios, según el estudio, ocurren solamente en las representaciones hacia el futuro y en los elementos de la identidad étnica y nacional que tienen que ver con la orientación hacia el futuro, y la tendencia se presenta en positivo, es decir, los inmigrados judíos fundamentan ahora más que antes su identidad nacional en los proyectos para el futuro.

Los elementos ligados al pasado, como las tradiciones comunes y la importancia de símbolos nacionales y étnicos quedan invariados a nivel de importancia para los emigrados.

Evidentemente, como señalan los autores también, esta conservación de los elementos del pasado y de un reforzamiento general de la identidad étnica se debe al instalarse en los kibbutz y conducir vida dentro de colectivos donde la pertenencia étnica esta muy marcada.

El estudio no toca el tema de los medios.

Aparte de estos casos destacados, muy interesantes por la aproximación adoptada, no se ha encontrado literatura académica sobre el papel de los medios en la resocialización identitaria nacional (y étnica) de inmigrados.

Es justo en este punto que se inserta nuestro proyecto de investigación, que se propone comparar los resultados de un análisis discursivo de la prensa española sobre otra identidad nacional (la italiana) con los resultados de un análisis cualitativo del discurso producido por inmigrados italianos acerca de su identidad nacional, para identificar posibles semejanzas y congruencias y representar un tentativo de aproximación al estudio de los efectos del discurso mediático sobre la auto-construcción y re-construcción de las identidades del individuo, es decir, un hueco bastante importante dentro de los estudios sobre discurso, medios e identidades.

## Capítulo 4

### MARCO METODOLÓGICO

---

#### 4.1 *Por qué un estudio cualitativo*

Antes que nada queremos explicar el porqué de la elección de un análisis cualitativo en vez que cuantitativo.

El objeto de estudio, como repetimos muchas veces en los capítulos anteriores, necesita según nuestra postura teórica una aproximación multidisciplinaria, en concreto, como dijimos, de un encuentro entre psicología social, por lo que concierne al procesamiento de contenidos mediáticos, y de disciplinas relativas a la comunicación mediática, en concreto, la prensa, pues, según nuestra elección, el análisis del discurso.

La metodología a emplear ha sido escogida por dos razones fundamentales:

- a) el objeto de estudio es muy complejo y no ha sido todavía estudiado en profundidad, así que cualquier análisis en este sentido necesita aproximarse con una dosis alta de espíritu exploratorio, con fines – por lo menos en un primer momento – descriptivos. En este sentido, no se irán a buscar relaciones causales entre variables, simplemente porque todavía quedan por descubrir las variables que puedan describir con exactitud el fenómeno de las transformaciones en la auto-representación de la identidad nacional en los inmigrados.
- b) El objeto de estudio es heterogéneo. El fenómeno migratorio y la resocialización nacional es un proceso largo y difícil de definir de manera analítica, compuesto por muchos sub-fenómenos y en que participan muchos agentes distintos además de los medios (estructuras sociales, estructuras políticas, grupos de amigos, relaciones interpersonales en el trabajo, variables socio-económicas, etc...).

Dicha heterogeneidad hace que el estudio no pueda comprender todo el fenómeno, sino una parte del mismo y que justo por eso, sus resultados no sean generalizables a toda la categoría, puesto que el fenómeno se puede presentar de muchas manera distintas. Para entender mejor este punto, basta con pensar al estudio citado anteriormente sobre emigrados judíos en Israel (Mittelberg y Borschevsky, 2004). La comunidad judía tiene un pasado peculiar que ha entrado de manera casi indeleble en su identidad étnica (y en las distintas nacionales) y todo resultado de análisis sobre las

migraciones de dicha etnia no es en absoluto aplicable a otros casos, como por ejemplo el de los inmigrados italianos en España.

Por estas dos razones fundamentales, creemos que no hay que ir a buscar de inmediato resultados generales y teorías omnicomprendivas, sino que hay que abordar el tema con una actitud humilde, intentando profundizar un aspecto importante, que pueda resultar en una primera puerta abierta hacia la comprensión del fenómeno.

Además, resulta muy útil utilizar en este caso más de una fuente de datos, con métodos distintos y apropiados, para que los datos, aunque relativos a un fragmento muy concreto del fenómeno, se puedan considerar fiables (King, Keohane y Verba, 1995). Esa es nuestra prioridad a nivel metodológico.

Para obtener este efecto de triangulación de las fuentes, en la futura investigación se hará una comparación entre los datos sacados del análisis discursiva de la prensa y aquellos procedentes del análisis de entrevistas en profundidad con emigrantes y con autóctonos de Italia que no hayan tenido experiencias migratorias (no vamos a hablar de la metodología que se usará en esa parte de la investigación porque no es pertinente para este estudio concreto, que representa nada más que una prueba piloto del análisis de la prensa española).

Finalmente, y para resumir, podemos definir apropiado el uso de un *case study*, según la definición dada por Gerring (2004), porque el estudio tiene como finalidad la descripción y la exploración más que establecer inferencias causales, y porque no se busca la generalización de los resultados y su aplicabilidad a la categoría muy amplia de las ocurrencias en que puede presentarse el fenómeno, sino un conocimiento profundizado sobre un aspecto concreto.

#### 4.2 *Por qué el análisis del discurso*

El tipo de análisis que se quiere conducir sobre los textos periodísticos se inserta en la tradición del ACD (análisis crítico del discurso) así ha sido definido por Wodak (1999), Wodak y Meyer (2001) y Van Dijk (2001).

No se trata de un método estructurado, sino de una aproximación particular. Antes que nada el ACD es útil para nuestro estudio porque se basa en la adaptabilidad del método de análisis al objeto de estudio. Siendo el texto una realidad compleja y heterogénea, requiere flexibilidad a la hora de ser analizado.



También nos referimos al ACD como postura ideológica tomada al aproximarse al tema, o sea declaradamente involucrados en un análisis sobre los aspectos negativos de los discursos mediáticos, en cuanto a influencia de mayorías y posiciones de poder sobre minoría de cualquier tipo (aunque en este caso se buscan pruebas de efectos positivos).

A nivel metodológico, un enfoque de este tipo permite considerar el texto como un fenómeno concreto y como parte del contexto en que se produce (Van Dijk, 2006), y el tema de la identidad nacional y sus evoluciones es particularmente sensible a esta necesidad: no se puede considerar el texto sólo por si mismo, como un ente aislado, sino que – es nuestra opinión – hay que considerarlo dentro del contexto social y político en que se produjo.

Eso se hace preciso también por otra razón: el texto periodístico, como cualquier producto mediático, tiene un poder contractual y relacional dentro del universo social y concordamos del todo con Latour (1992) en considerar los medios como agentes sociales.

Se hace preciso, entonces, un método de análisis de los textos que vaya más allá del análisis de contenido, puesto que el análisis de discurso utiliza también ese tipo de análisis.

Lo que se necesita es una metodología *ad hoc*, y es justo el motivo por qué se conduce este estudio: para poner a prueba la metodología escogida, una prueba piloto de lo que será el método empleado en la investigación completa.

El objetivo de nuestro estudio, como anotamos al principio en la introducción, es por eso doble: obtener una primera descripción del retrato de la identidad nacional italiana en la prensa española y, a partir de ese retrato, confirmar la bondad y la utilidad de las variables lingüísticas de análisis o, si será el caso, confutarla en parte y corregir los errores en vista de la investigación que seguirá.

Finalmente, antes de pasar al método concreto de estudio, queremos subrayar otro aspecto importante, que también justifica aún más la elección del enfoque del ACD: el análisis no busca cifras y tendencias, sino una descripción meticulosa del fenómeno que supone mucha libertad de inferencias del investigador, a partir de una visión que tenga en cuenta el contexto y otros elementos periféricos, pero relevantes.

### 4.3 Estructura del análisis

Nos centramos en 4 estructuras de análisis: temas, semántica, figuras del discurso y posición del enunciante.

#### 4.3.1 Análisis temático.

De acuerdo con la tipología de Kolakowski y cogiendo en préstamo aquella usada por Wodak (1999) en su análisis de la identidad nacional austríaca, pero ampliándola con una categoría más, he aquí las 6 áreas macro-temáticas dentro de las cuales se pueden reconducir los temas presentados por las noticias:

- a) Construcción lingüística del sujeto *Italiano* o *Italia*, puesto que dentro del discurso periodístico, "Italia" es un antropomorfismo y una sinécdoque a la vez: Italia, cuando no se explicita un sentido diferente o a menos que el texto lo indique de otra forma, representa el concepto abstracto de la totalidad de los Italianos (*totum pro parte*).
- b) Referencias a valores, símbolos, tradiciones y narraciones sobre y de un pasado común.
- c) Construcción lingüística de una cultura común
- d) Construcción lingüística de un presente y un futuro (y orientación hacia el futuro) comunes, sobre todo desde el punto de vista político
- e) Construcción lingüística de un *corpus nacional* (elementos físicos, artefactos y naturales, con valor simbólico socialmente compartido
- f) Construcción lingüística de figuras *Testimonial* o *Endorser*: esta categoría podría caber dentro de la anterior, puesto que un testimonial tiene el mismo valor y efectos discursivos de un monumento nacional u otro elemento paisajístico, por su valor simbólico. Son testimonial nacionales, cogiendo en préstamo la expresión del ámbito publicitario, personajes públicos famosos a nivel internacional, sobre todo del mundo político, cuyas características y cuyas acciones conocidas, a través de un simple proceso de *transfer*, se asocian con el colectivo al que pertenece, en este caso la comunidad que comparte su identidad nacional (cuando no es directamente representada políticamente por el testimonial)

La importancia del análisis temático reside en la relación entre el texto y el público.

Es opinión ampliamente compartida por muchos teóricos que los contenidos mediáticos crean un efecto de *framing* sobre la realidad, unos marcos y unas pautas

interpretativas del mundo que el público va formándose a partir de los temas asociados a los fenómenos tratados en la noticia (Entman, 1993 y Tankard, 2001).

#### 4.3.2 *Análisis semántico*

##### a) *Análisis de los campos semánticos*

Individuar y definir los campos semánticos utilizados en las noticias nos permite añadir otra pieza sobre cómo la prensa construye un retrato de la identidad nacional italiana.

Es posible que los campos más empleados en la prensa española difieran de los que se utilizan en la prensa italiana; asimismo, los inmigrados interiorizarían un vocabulario y nuevos campos de palabras para hablar de su país y de su identidad nacional y eso conlleva cambios en la identidad misma, puesto que el lenguaje nunca es neutral y la reformulación personal de discursos sobre la propia identidad a partir de nuevas áreas semánticas lleva a una redefinición de los conceptos que la componen, a menudo abriendo conflictos con la visión anterior que estaba basada y se podía expresar a través de otras palabras y conceptos.

##### b) *Predicación del sujeto Italia / Italianos*

Hay muchas categorías lingüísticas que podrían caber dentro de este apartado, pero aquí nos interesan

- la cualidad de la adjetivación (connotación positiva, negativa o neutra)
- la cualidad de los adverbios (connotación positiva, negativa o neutra)
- verbos (colecciones de sentido a que pertenecen las formas verbales usadas en los predicados verbales donde el *homo italicus* (o sus perífrasis) es sujeto, objeto o destinatario de la acción)

Nos interesa definir la connotación general atribuida a la identidad nacional italiana en las noticias, porque esa caracteriza la información predisponiendo el lector italiano inmigrado a diferentes reacciones psicológicas y cognitivas.

Como sabemos por las aportaciones de la psicología social, una cantidad demasiado alta de información negativa sobre el sujeto puede causar ansia, rechazo y rabia, mientras que una cantidad moderada puede suponer la base de un proceso cognitivo crítico y de reflexión (Aronson, Wilson y Akert, 2006).

### 4.3.3 Figuras del discurso

Hay cantidad de figuras retóricas que se emplean en los discursos en que aparecen identidades; Wodak (1999), para su estudio ya citado anteriormente, se centra en metonimias, sinécdoques y personificaciones, así que por una definición funcional al análisis de estas figuras del discurso, nos referimos directamente a la obra de Wodak y sus colaboradores (ibídem).

Esas serán las figuras retóricas en que nos centraremos nosotros también, con particular atención al discurso metafórico.

Además queremos indagar qué más tropos se utilizan y pueden resultar más típicos del discurso periodístico sobre identidades nacionales ajenas al país donde se escribe y se publica.

En particular, dedicaremos mucha atención al uso de *catacresis* y *expresiones estereotípicas*.

En el caso del discurso periodístico, la catacresis, que literalmente es una expresión metafórica que ha entrado en el vocabulario común para designar algún concepto que no se puede nombrar de otra manera, tiene valor de sinónimo.

Un uso masivo de catacresis, además de empobrecer la informatividad de la noticia, es una de las causas mayores de creación y difusión de estereotipos, ya que cada catacresis va ligada con cierta parte de la "enciclopedia común" de la sociedad, ciertos otros tópicos culturales que irremediamente se les ven asociados y aparecen cada vez que la catacresis es empleada y usada en un proceso cognitivo.

### 4.3.4 Enunciación y posición del enunciante

Es de importancia capital entender la postura generalmente adoptada por la prensa española, para relacionarla con las posibles reacciones del público italiano inmigrado en España.

El discurso lleva inscrito en él la posición de quién habla (o escribe) y su postura en relación a lo que se afirma sobre el tema y, en nuestro caso concreto, sobre el sujeto "homo italicus", pues resulta ser de suma importancia, ya que puede servir diferentes estrategias discursivas.

Distinguiremos entonces entre 3 posiciones fundamentales:

- una posición activa donde la afirmación se puede reconducir directamente al periodista o (por extensión referencial) a su línea editorial

- una posición neutra, cuando se usan datos estadísticos y expresiones que indiquen que la afirmación es un "hecho objetivo", es decir, algo comprobado a través de métodos reconocidos como objetivos y científicos en nuestra sociedad, en vez de una opinión

- una posición pasiva, de derogación a otro sujeto de la responsabilidad de la afirmación sobre el *homo italicus*, a través de citas. Nos interesan especialmente las citas de personajes públicos italianos.

Las 3 categorías, en realidad, sirven de la misma manera la intencionalidad de la fuente que escribe el texto (el periodista), pero el recurso a fuentes externas y datos estadísticos tiene efectos sobre la percepción y el procesamiento del texto por parte del lector.

## Capítulo 5

### EL ANÁLISIS

---

#### 5.1 *Análisis temático*

El análisis temático, así estructurado según las 6 categorías descritas anteriormente, ha puesto en evidencia una clara fractura entre el pasado común del *homo italicus* y su presente y la actitud hacia el futuro, por el otro lado.

Aunque todavía sobreviven los típicos cliché sobre el Volkgeist Italiano ligados a una tradición cultural de antaño (el Italiano pícaro, amante del barullo, tragicómico y hablador, por citar algunos) eso aparecen en muy escasa cantidad, por un lado señalando un estilo periodístico serio y argumentativo, por el otro dejando sitio a nuevos rasgos que, aunque ya pertenecieran en parte al imaginario colectivo sobre Italia, se ven más relevantes ahora y ocupan una alta posición en la clasificación de las características comportamentales supuestamente atribuidas al pueblo Italiano. Aquí, como en el caso del pasado común y de la actitud hacia el futuro, aparece clara la distinción entre un supuesto carácter estereotipado ligado al pasado y otro que se va formando, como veremos en los apartados siguientes.

##### 5.1.1 *La "metamorfosis" (a peor) del homo Italicus.*

Fundamentalmente, las noticias trivializan el supuesto Volkgeist italiano, a través de una macro-operación retórica de *locus a minore*, donde la comparación es entre un primer conjunto (escaso en su constitución numérica) de calidades positivas y un segundo (mucho más amplio) de calidades negativas.

Esta operación está proyectada sobre el eje temporal y parece desarrollarse según una evolución desde un pasado-todavía-presente positivo y un presente-que-va-empeorando/futuro.

*[...]un país exhausto, aunque formidablemente dotado de inteligencia, cultura, buen gusto, y pésima gobernación, impotente, manirrota, corrupta [...]* (doc. 20, líneas 3 y 4)

Rasgos positivos aparecen sólo para suavizar la entrada, a breve distancia, de rasgos negativos.

Las calidades negativas están todas relacionadas a los macro-temas de la política, de

la farsa, de la corrupción y de la resistencia en periodos de crisis que, como se ve, parecen ser sinónimos cuando la prensa habla a propósito del caso Italiano. Excepto casos muy concretos, no se trata de afirmaciones gratuitas y de juicios de valores sin sentido, sino de una generalización, eso sí, a partir de las calidades expresas por ciertas categorías y/o grupos de personas en un determinado contexto. *Deshonestidad, propensión a la farsa, talante pícaro, retorica oscura, complicidad en vez de solidaridad, anárquica genética (¿?), corrupción, golfear* son todas características negativas que surgen dentro del discurso estrechamente ligadas a la situación presente y al (previsible) futuro.

Se delinea, inconscientemente, un **retrato dinámico** del supuesto espíritu del homo Italicus, desde una mezcla equilibrada entre estereotipos positivos y negativos, hacia un conjunto de estereotipos puramente negativos, suavizados por algún *exploit* de positividad.

A menudo, como en el caso del artículo de opinión de Juan Arias (doc. 14), la estrategia retorica es la presentación de una pregunta abierta del tipo "Si antes... (pasado positivo) entonces ¿cómo es posible que ahora... (presente negativo)".

[...] *me pregunto cómo pudo haberse llevado a cabo tal metamorfosis. Cómo se llegó a esta triste Italia actual.* [...] (ibídem, columna 3, líneas 11-14).

La expresión "metamorfosis" es perfecta para describir el retrato en la prensa española de la identidad Italiana. Como apuntaba también Wodak (1999), las estrategias de *transformación* se basan a menudo en sutiles operaciones retoricas de persuasión.

El dispositivo del locus a minore y las preguntas abiertas son un ejemplo.

Otra estrategia empleada por la prensa española es el recurso a *fuentes internas*, a través de entrevistas o citas de personajes públicos Italianos.

El artículo de opinión del corresponsal Arias (doc. 14), la entrevista al periodista Marco Travaglio (doc. 6), el artículo sobre Giulio Andreotti (doc. 9) y aquel sobre Indro Montanelli (doc. 16) son otros ejemplos.

Un juicio de valor negativo sobre un sujeto o una categoría es más justificado y creíble si se trata de una *auto-crítica*, a través de afirmaciones de personajes públicos famosos y considerados fuentes atendibles además que representativas del grupo a que pertenecen.

Es un procedimiento de *deroga del juicio*, que no solamente se aplica en el caso del *espíritu nacional* italiano y de las demás categorías temáticas que describen la

identidad Italiana, sino que también sirve para legitimar y hacer más persuasiva cualquier otro tipo de afirmación y estrategia discursiva (véase el caso anterior de la cita del periodista Arias sobre la "metamorfosis" de Italia).

Aparte, hay que señalar que las nuevas (o antiguas pero más fuertes) calidades negativas atribuidas al homo Italicus coinciden en buena parte con aquellas que se atribuyen a ciertos personajes públicos contemporáneos de Italia.

Esos personajes – y por eso les dedicamos una sección aparte dentro del análisis temático – parecen desempeñar el papel de testimonial de la nación Italiana (por lo menos dentro de la representación periodística española aquí examinada).

En particular, la figura del primer ministro Silvio Berlusconi aparece como catalizador de un conjunto de calidades negativas que el discurso traslada desde el individuo (Berlusconi) hacia su grupo de pertenencia, en este caso la nación Italiana entera.

Es un proceso de generalización tal como la función del *endorser* en el marketing estratégico: aquí, usando una metáfora podemos decir que la marca (la identidad nacional) se enriquece (sic) de las calidades negativas de su testimonial.

Hablaremos más detenidamente de ello más adelante, aquí basta con subrayar el posible efecto nocivo de una exasperada tematización de un personaje público negativo sobre la representación de su grupo de pertenencia, es decir, su nación.

Finalmente hay que señalar que las características positivas y negativas atribuidas al homo Italicus gravitan todas alrededor de un centro común, que es la "reacción a circunstancias negativas y eventos nefastos".

*Vitalidad, reinención continua, capacidad de reacción frente a las dificultades, dar lo mejor de sí en momentos de crisis, inteligencia, acostumbrados al sufrimiento* son las expresiones positivas y neutras con qué se describe el homo Italicus.

En todas estas expresiones se detecta fuerte énfasis sobre el tema de la *resistencia*, lo que supone una amenaza, una situación de crisis y de peligro que es justo el presente/futuro representado en las noticias.

Asistimos, en todos estos casos, a una dramatización del tema, a través de hipérboles negativas y de la construcción de isotopías textuales del *conflicto* y de la *resistencia* y *reacción*.

El motivo, aquí también, es la construcción discursiva de una metamorfosis a peor de la identidad Italiana.



### 5.1.2 *El pasado común.*

Las noticias de la prensa española analizada hacen un retrato doble del pasado común de Italia, que supuestamente une e inspira a los italianos hoy en día.

Hay dos macro-temas distintos relacionados también con dos posiciones temporales distintas.

Por un lado hay el macro-tema que podemos definir de "riqueza histórica", donde los valores y los temas que la informan proceden sobre todo del ámbito de la cultura compartida, el patrimonio artístico e intelectual ("el 36% del arte de todo el mundo según UNESCO"), la confluencia de muchas culturas que dejaron sus huellas en Italia, los grandes imperios, el "Novecento", el valor de la antigüedad, el poseer raíces históricas muy largas y complejas, un pasado hecho de "libertad", el estatus de ser "amada y admirada por todo el mundo", etc...

Este grupo de temas se puede definir como el *Pasado Glorioso*, temporalmente indefinido porque abraza un periodo temporal muy largo, desde un origen no bien conocido y que no se expresa en los textos analizados, hasta un momento también temporalmente indefinido en que este pasado se funde con o por lo menos llega a tocar el pasado próximo.

Las referencias al Pasado Glorioso están marcadas por predicaciones verbales al pasado principalmente en los tiempos verbales del *imperfecto*, del *pretérito* y del *pluscuamperfecto*,

[...] que *había ganado* al fascismo [...] *venía* una vitalidad capaz de exportar estrellas, mitos, cocinas canciones y cine. (doc. 18, líneas 13-15).

[...] en Italia *pude* publicar lo que no podía publicar en mi país[...] (doc 14, líneas 33-34)

[...] los Italianos, que a mí me *habían otorgado* el placer de la libertad de información y expresión. (ibídem, líneas 81-83)

Luego viene el otro macro-tema que podríamos definir como *La Decadencia*.

El pasado próximo, cercano, que roza y se funde con el presente.

La línea de demarcación temporal entre pasado lejano (y glorioso) y el más cercano (y decadente) parece situarse, según muchos artículos, durante la Primera República, cuando la corrupción y el estado de deshonestidad se hicieron públicos, hasta que llevaron a la caída de dicha república.

La Decadencia se compone de muchos temas todos ligados por el mismo hilo

conductor: el poder político y económico y la mala política.

He aquí una breve lista:

- atentados terroristas
- Brigade Rosse (organización terrorista de extrema izquierda, responsable del asesinato del político democristiano Aldo Moro)
- el exceso de poder del Vaticano
- la Iglesia Católica
- la Masonería
- la oscuridad del poder
- la democracia Cristiana
- mafia
- resistencia eterna
- herencia fascista en la política moderna

A ellos se añades algunos conceptos más que, aunque desde un punto de vista estrictamente referencial se deben localizar en un pasado remoto, son presentados como los demás de este grupo a través de predicados verbales en *pretérito perfecto* y *presente (presente histórico)*.

“Italia [...] *ha hecho* nacer, y lo *ha resistido*, imperios grandiosos y crueles [...]; *ha sufrido* invasiones de bárbaros y los ha creado [...] (doc. 2, líneas 12-15)

En este mismo ejemplo, la expresión “invasión de bárbaros” usada en tiempo presente parece ser metafórica y referirse más bien a una clase de bárbaros contemporáneos, por así decirlo.

El tratamiento periodístico es aquí muy explícito; en la mayoría de los artículos se afirma explícitamente que la identidad Italiana ha sufrido un lento y progresivo proceso de decadencia, que la ha llevado hasta el día de hoy, la “triste Italia” del artículo de Arias, irreconocible si comparada con su Pasado Glorioso, con su supuesta identidad de origen.

Resumiendo, el pasado común, según construido en las noticias españolas analizadas, es una base importante de la identidad Italiana que acaba quedándose lejos de lo en que se está convirtiendo ahora.

Wodak (1999) identificó 3 macro-estrategias discursivas a propósito de la identidad nacional: construcción, transformación y destrucción.

Aquí notamos una diferencia fundamental con los presupuestos de su análisis: la prensa española condena explícitamente el presente Italiano y su orientación hacia el futuro y lo describe como un proceso de transformación, desde un Pasado Glorioso (una realidad positiva o por lo menos equilibrada a nivel de rasgos identitarios y connotaciones) hasta un presente de Decadencia y Crisis.

La diferencia con el análisis del grupo de Wodak reside en que el corpus de textos no es producido por italianos, sino en otro país, así que no se pueden buscar estrategias políticas de persuasión de la opinión pública, ni mucho menos.

Lo que sí se puede apreciar, son las técnicas con que se hace este retrato de Italia, de su identidad y de su metamorfosis. Un aspecto fundamental que debemos averiguar a través del análisis es si el tratamiento periodístico relaciona los hechos históricos negativos y el periodo de crisis y decadencia con la identidad Italiana o no.

La trampa cognitiva del concepto de la identidad nacional reside justamente en eso (por lo que concierne un punto de vista externo a la nación), es decir, generalizar los hechos históricos relativos a un periodo y – como mucho – a cierta categoría de personas, abstraer y trasladar las características de estas personas y de estos hechos a toda la categoría nacional. Eso sería incrustar eventos y valores (o desvalores) contingentes en una categoría cognitiva inmanente, y es un proceso peligroso, porque acaba siendo una herramienta cognitiva que la prensa – entre otros medios – proporcionaría a su público.

Hasta el momento, la "metamorfosis" Italiana parece limitarse – en la mayoría de los artículos – a la esfera política y al mundo empresarial, principalmente.

Aunque lo veremos mejor más adelante, se puede ya notar como Italia y los Italianos vienen a menudo representados como víctimas (la eterna resistencia, la costumbre al sufrimiento) de un sistema político y económico perverso, una especie de entidad metafísica, en parte compuesta por individuos muy físicos, a la que se ven obligados a resistir como pueden.

### 5.1.3 *El presente y el futuro.*

La lista de temas relacionados con el presente es muy larga y casi completamente compuesta por temas negativamente connotados.

Hay una larga serie de temas políticos y sociales: los planes de seguridad del gobierno, ejemplos de mala política, descontento general, chapuza jurídica, disgusto hacia la clase política, discursos y programas políticos vacíos y demagógicos, censura, falta de libertades, racismo, xenofobia, odio racial, resurgir de grupos neofascistas, violencia sexual, inmigración clandestina, problemas con la inmigración, discriminación étnica y cultural, homofobia, recesión económica, pobreza, precariedad laboral, corrupción política, corrupción en el mundo empresarial, explotación de la maniobra, involución cultural, evasión fiscal, economía sumergida, choques institucionales, dificultad nacional, preocupación por la crisis, empobrecimiento cultural, emergencias de seguridad nacional, etc...

Es más que evidente que el retrato del presente que acomuna los italianos es negativo y muy analítico en su representación.

Hay dos artículos que resumen brevemente tal representación, uno designa Italia como "un país que no es para jóvenes" (doc. 12), haciendo hincapié en la falta de oportunidades, en la difusión de la deshonestidad en el mundo empresarial y en la completa indiferencia e impotencia del sistema político.

El segundo artículo se pone en la línea ya descrita anteriormente y relata la metamorfosis Italiana según otro punto de vista, el pasaje de la "dolce vita" (estereotipo de una Italia alegre, prospera y culturalmente rica) a la "vida golfa", nuevo estereotipo negativo que subraya el cambio de cetro entre las calidades positivas y neutras y aquellas negativas del presente de la sociedad Italiano. Una vez más el acento es puesto sobre la esfera política y aquella empresarial, representando las posiciones de poder (económico y político) como los demonios que han puesto de rodillas al país entero.

Una vez más se trata de un estado que las noticias describen como sufrido y padecido por los Italianos, aunque la causa no deja de ser interna al país.

Coherentemente, a dicho estado presente y a su proyección en el futuro próximo, se asocia una generalización de un *estado anímico común* a todo el país, que se hace el centro de la identidad nacional italiana con respecto al presente y al futuro. Fijémonos en la orientación hacia el futuro así como la retratan las noticias.

El Italiano es ahora: *asustado antes la inmigración, preocupado, desconfiado hacia el futuro, enojado, hastiado, machacado, decepcionado, cansado, exhausto, desilusionado, circundado por la incivilidad y la pobreza cultural, etc...*

Los temas más negativos (homofobia, xenofobia, racismo, violencia) se presentan como relacionados con categorías y grupos de personas bien determinados.

No hay un artículo donde el periodista atribuya ciertos comportamientos al homo italicus en general, por ejemplo, en el caso de los gritos racistas contra el jugador de fútbol Balotelli, el periodista hace explícito que los gritos provenían del público del estadio (doc. 11), relacionando el fenómeno con el ámbito deportivo y de los comportamientos de las hinchadas de los equipos de fútbol.

Aparte de la acusación a la federación futbolística Italiana por la falta de control y de medidas a tomar, el artículo se centra en la hipocresía de las leyes Italianas en materia de nacionalidad Italiana, se juzga como racista (por seguir con el *ius sanguinis*) a la ley sobre inmigración (la Ley Bossi-Fini, del nombre de los dos políticos que la idearon) y se subraya la hipocresía de un sistema que se vuelve igualitario sólo por excepciones, cuando por ejemplo se trata de un futbolista que rinde millones de euro a su equipo.

No hay afirmaciones directas sobre el racismo de los italianos como si fuera un rasgo de su identidad, pero sí hay muchos ejemplos de grupos o individuos que demostraron comportamientos racistas e incluso violentos.

Finalmente, se puede constatar una *tematización negativa* en las noticias que hablan del presente de los italianos y de su orientación hacia el futuro.

Hay una fuerte carga de temas sociales negativos (más adelante nos detendremos en la construcción discursiva de estos temas) que pueden seguramente impactar negativamente el público del diario, pero de la lectura de los artículos se desprende una argumentación lineal que relaciona los temas negativos con causas bien determinadas y aisladas, todas parte de la esfera política y empresarial.

#### 5.1.4 *Cultura común y corpus nacional*

Las referencias concretas son fundamentales a la hora de representar a una nación y a sus habitantes.

Siendo el discurso (sobre todo lo de la prensa) una práctica social que es todo menos que neutral, los elementos que componen la cultura común y el corpus nacional a que se hace referencia en el discurso nos informan de las elecciones temáticas que hay detrás y delatan las estrategias (en este caso los objetivos) con que está construido el discurso.

Las noticias analizadas presentan un contenido altamente estereotipado.

Cuando se habla de la cultura Italiana y de su corpus nacional, las referencias son de lo más trivial y comúnmente conocido.

Los grandes poetas y escritores que hicieron famosa Italia, desde el 1200 hasta el siglo pasado, la cocina, la "arquitectura doméstica", el cine neorrealista de Fellini, Rossellini, Visconti y Pasolini, la "dolce vita" por supuesto, y luego las Alpes, los acantilados del sur, las tierras áridas de Sicilia y Sardeña, Roma, Capri, Nápoles y su golfo, el "país con forma de bota", el "bel paese", las ruinas arqueológicas.

Caben también algunos nombres y hechos menos conocidos, del ámbito del periodismo y de la política, como Giulio Andreotti, Enrico Berlinguer e Indro Montanelli, y el escritor contemporáneo Erri De Luca.

La tendencia, sin embargo, es al recurso a imágenes ampliamente estereotipadas de la identidad Italiana y son, en su gran mayoría, positivamente connotadas.

Se trata de tópicos ligados al Pasado Glorioso.

En particular, parecen encajar en la construcción discursiva de la *apología*: antes de hacer explícitas críticas al momento presente de la nación (por ejemplo a través de preguntas abiertas sobre las causas de tal metamorfosis a peor, como ya hemos visto), se citan elementos altamente positivos del imaginario colectivo (estereotipos culturales).

Por un lado, se obtiene el efecto del *locus amoenus*, con una singularización de la nación, y una elevación de ella a un estatus positivo, admirable; por el otro, quién habla se legitima a él mismo en poder seguir en el discurso, pero con afirmaciones negativas.

Se trata de un efecto de suavización del discurso.

A la vez, un presupuesto positivo hace resaltar aún más la negatividad de las afirmaciones que lo siguen, entonces un efecto de énfasis.

### 5.1.5 *Los "Testimonials" de Italia.*

Un discurso aparte se los merecen ciertas figuras públicas que aparecen a menudo – por no decir siempre – cuando se habla de Italia e italianos en la prensa española. Como ya hemos dicho, es muy probable que estas figuras tengan sobre el público el mismo efecto que en publicidad tienen los *testimonials* y los *endorsers* de las marcas: la yuxtaposición del testimonial y de la marca hace que haya un transfer biunívoco entre las propiedades del uno al otro.

Este efecto y el estudio del mismo es más bien competencia del ámbito de la psicología social; lo que nos toca, aquí, son los dispositivos lingüísticos con que el texto puede legitimar ese transfer.

El caso de la identidad Italiana es peculiar, puesto que de la muestra de artículos se desprende que la figura pública mayoritariamente presente en la prensa española es, sin lugar a dudas, el primer ministro Silvio Berlusconi.

Luego, pero de lejos, le siguen otros políticos contemporáneos, Gianfranco Fini y Umberto Bossi.

Probablemente, el caso de Berlusconi merece una atención particular y tal vez en estudio específico, debido a ciertos elementos contextuales que hacen de su figura un caso más único que raro, antes que nada las dificultades y los conflictos en los medios de comunicación Italiana en dar cobertura profundizada y completa sobre las noticias que conciernen el personaje de Berlusconi, dificultades y faltas que curiosamente han sido suplidas por los medios españoles, ahora segunda referencia del público Italiano residente en su país.

Aquí queremos señalar el rol simbólico y de catalizador que recubre la figura de Berlusconi en la prensa española.

El símbolo es evidentemente negativo.

En las noticias analizadas no hay ni siquiera una predicación positiva (que no sea en tono irónico) del premier Italiano.

En cambio, hay profusión de adjetivos y adverbios negativos (como veremos más adelante) y de tema negativos a él relacionados.

Esta figura simbólica se instala dentro de la estrategia discursiva de transformación de la identidad nacional Italiana, representando parte de las causas, un símbolo ejemplar y significativo del estado presente y también un símbolo de las amenazas del futuro.

La connotación completamente negativa es uno de los dispositivos textuales usados, a ese se suma también el uso de metáforas (particularmente impactante el uso de

metáforas que entrelazan las figuras humanas de la política Italiana con el mundo animal) y el uso de hipérbolos y énfasis.

El resultado es una verdadera *demonización* discursiva del personaje de Berlusconi.

Por lo menos en esta pequeña muestra de artículos, no hay paralelismos ni solapamientos entre la figura de Berlusconi y las supuestas calidades de la identidad Italiana, más bien se trata del elemento conclusivo dentro de la estrategia discursiva de la metamorfosis, que prevé narrativamente, para el homo Italicus, el papel de *Víctima resistente*, mientras que Berlusconi encarna y simboliza todos los males y las causas (internas) de la decadencia y de la metamorfosis a peor sufrida por Italia.

Como veremos en su relativo apartado, esta visión del mundo retratada por la prensa española se acompaña con la construcción de una posición de *empatía y compasión* (en su sentido más literal de padecer-junto-a) sentidas por España hacia Italia, expresada a través de un tono a veces *paternalístico*, a veces simplemente de *preocupación y consternación*.

#### 5.1.6 *Algunas consideraciones finales.*

Además de los temas que aparecen en los artículos, también es importante e informativo el contenido que NO aparece y que es legítimo pensar que habría podido ser tratado.

Antes que nada, sobre todo a luz de la fuerte tematización política de los artículos, parece digna de nota la falta casi total de referencias a la situación europea, a las relaciones con la UE y sus naciones.

Hay algunas obvia comparaciones con España (doc. 14, 15 y 17), ya que es el país en que se escribe, y algunas referencia a otros países con respecto a micro temas muy concretos, como las protestas de los trabajadores británicos en Lincolnshire contra la maniobra Italiana de la empresa IREM, o la comparación entre Berlusconi y el líder francés Sarkozy, que sólo toca a los dos países en cuanto contexto.

Italia y la identidad Italiana son tratadas como una realidad casi independiente del resto del mundo y de Europa (no porque sea más importante, sino por sus relaciones más estrechas).



También, por otro lado, la identidad Italiana es representada como algo bastante homogéneo.

Las referencias a los localismos geográficos y culturales, a las regiones, a los dialectos, a las diferencias internas son mínimas.

Tampoco se trata de diferencias, más bien la dimensión local sirve para ejemplificar, para concretizar ciertos pasos del discursos, sobre todo a través de referencias estereotípicas, como en el caso de la *dolce vita* del golfo de Nápoles, la música ligera, la cocina (doc. 18) o la oscuridad (metafórica) de la Sicilia.

Desde un punto de vista estrictamente temático, eso se puede interpretar como una *simplificación*, con que se prefiere la homogeneidad interna al sujeto y se hace hincapié en la dimensión constitutiva de él, en detrimento de la dimensión relacional (exterior) con otros sujetos de la misma categoría (otras naciones, en este caso).

Dicha simplificación parece servir otra estrategia de que hablamos antes, es decir, de transformación de la identidad nacional representada. La transformación se basa fundamentalmente en aislar ciertas características (internas), ciertas dimensiones de la identidad y describir el proceso de cambio, las diferencias que aparecen entre el pasado y el presente/futuro próximo.

La focalización sobre un número exiguo de aspectos de la identidad nacional, se puede hipotizar, sirve para dar cohesión al discurso, imprimiéndole fuerza persuasiva (a través de coherencia interna, simplicidad y repetición de los mismos temas).

Por otro lado hay que recordar que lo artículos periodísticos, aunque encajen con la línea editorial del periódico, proceden de fuentes distintas, los periodistas que los han escrito, cada uno – presumiblemente – con su ideología, sus opiniones al respecto y sus estrategias.

Esta última observación sirve para suavizar el peso de la palabra persuasión dentro de este estudio, sobre todo cuando se habla de estrategias y objetivos del discurso, que deben ser interpretados más como conceptos ligados a la recepción y los efectos que pueden producir, que como explícitas posturas universalmente compartidas por el conjunto de fuentes que han producido los textos.

## 5.2 Análisis semántico

Nos centramos en el uso de adjetivos y adverbios en la predicación del sujeto "Italianos" – la connotación y las colecciones de sentidos usados para describir el sujeto – y en las elecciones semánticas relativamente a los verbos con que se describen las acciones que ven como sujeto (u objeto) a los italianos.

Hay que precisar que desde el punto de vista gramatical se ha tenido en cuenta para el análisis cada oración que tratara "los italianos" o "Italia" u otras perífrasis con el mismo referente, es decir, la comunidad entera que comparte la misma identidad nacional Italiana; otras expresiones que se han encontrado en el texto son:

- el país
- el estereotipo cultural de el Bel Paese
- la nación

Además, se han tenido en cuenta expresiones que se refieren a aspectos concretos de la identidad Italiana, por ejemplo:

[...] está ya inscrito en el ADN electoral Italiano como apuesta o modelo. (doc. 20, línea 17)

Antropomorfizando la nación Italiana y con otra metáfora que basa su referencia en universo semántico de la biología y de la medicina, el periodista habla del ADN electoral Italiano como de una característica, relativa la comportamiento electoral, compartida (eso se supone en el discurso) por todos los Italianos.

Esta expresión ha sido introducida en el análisis porque, hablando de una característica común a todos los italianos, retrata a parte de su identidad, aunque no haga referencia directamente a ella.

He aquí una tabla con los datos del análisis.

| Doc. | adjetivo | Adverbio        | colección de sentidos | predicación verbal   |                                    | campo semántico de la acción |
|------|----------|-----------------|-----------------------|--|------------------------------------|------------------------------|
|      |          |                 |                       | sujeto de la acción  | objeto o destinatario de la acción |                              |
| 1    |          |                 |                       |  |                                    |                              |
|      |          |                 |                       | Italia se rinde a...   |                                    | Conflicto                    |
|      |          | muy por delante |                       | los Italianos han demostrado ir por delante de sus políticos |                                    | Conflicto                    |

| Doc. | adjetivo             | Adverbio | colección de sentidos   | sujeto de la acción  | objeto o destinatario de la acción             | campo semántico de la acción |
|------|----------------------|----------|-------------------------|--|--|------------------------------|
| 2    |                      |          |                         |  | ha hecho ver a millones de Italianos que       |                              |
|      | emocionante          |          | Emocionalidad           | ha hecho nacer   |  | Creación                     |
|      | impulsiva            |          | Emocionalidad           | lo ha resistido  |  | Conflicto                    |
|      | vieja                |          | Antigüedad              | ha sufrido invasiones  |  | Conflicto                    |
|      | juguetona            |          | Emocionalidad           | los ha creado  |  | Creación                     |
|      | eterna resistente    |          | conflicto/antigüedad    | soporta un día tras otro   |  | Conflicto                    |
|      |                      |          |                         | se traga   |  |                              |
|      |                      |          |                         | se defendió  |  | Conflicto                    |
|      |                      |          |                         |  | las Italias que reivindico como mías           | Conflicto                    |
|      |                      |          |                         | son patrimonio de  |  | Riqueza                      |
|      |                      |          |                         |  | defendida por                                  | conflicto                    |
|      | siciliana            |          |                         | ha parido  |  | creación                     |
|      | oscura               |          |                         | los ha sufrido   |  | conflicto                    |
|      |                      |          |                         | ha padecido  |  | conflicto                    |
|      |                      |          |                         | ha producido   |  | creación                     |
|      |                      |          |                         | lo da todo   |  | creación                     |
|      |                      |          |                         | lo pare todo   |  | creación                     |
|      |                      |          |                         | lo reinventa todo  |  | creación                     |
|      |                      |          |                         | lo resiste todo  |  | conflicto                    |
|      |                      |          |                         |  | Vencerla                                       | conflicto                    |
| 3    |                      |          |                         |  |  |                              |
|      |                      |          |                         | autoriza   |  | poder                        |
|      |                      |          |                         |  | han conmocionado a la opinión pública Italiana | emocionalidad                |
|      |                      |          |                         | no se encuentra frente a una emergencia                              |  | conflicto                    |
| 4    |                      |          |                         |  |  |                              |
|      |                      |          |                         |  | conflicto de poderes en Italia                 | conflicto                    |
|      |                      |          |                         | la mayoría de los Italianos [...] ha declarado su postura respetuosa |  | relaciones humanas           |
|      | respetuosa           |          | relaciones humanas      |  |  |                              |
|      | republicana          |          | política                |  |  |                              |
|      | farsa (muy Italiana) |          | comicidad y teatralidad |  |  |                              |
| 5    |                      |          |                         |  |  |                              |

|             |                                      |                 |                              |   |   |                                     |
|-------------|--------------------------------------|-----------------|------------------------------|---|---|-------------------------------------|
|             |                                      |                 |                              | tiene una ventaja   |   | conflicto                           |
|             |                                      |                 |                              | país donde todo el mundo habla                            |   | relaciones humanas                  |
| <b>Doc.</b> | <b>adjetivo</b>                      | <b>Adverbio</b> | <b>colección de sentidos</b> | <b>sujeto de la acción</b>                                | <b>objeto o destinatario de la acción</b>                                     | <b>campo semántico de la acción</b> |
|             |                                      | más             |                              | Italia tiene el sector más sólido de Europa [declaración] |   | economía bancaria                   |
|             |                                      |                 |                              | sigue estando en el g-8                                   |   | relaciones internacionales          |
|             |                                      |                 |                              | sigue exportando  |   | Comercio                            |
|             |                                      | apenas          |                              | apenas crece  |   | economía pública                    |
|             |                                      | más             |                              | tiene la tercera deuda pública más alta del mundo         |   | economía pública                    |
|             |                                      | más             |                              | paga los impuestos más caros de Europa                    |   | economía pública                    |
|             | mayor                                |                 |                              | luce el mayor índice de evasión fiscal                    |   | economía pública                    |
|             |                                      |                 |                              | tiene un 20% de la economía sumergida                     |   | economía pública                    |
|             |                                      |                 |                              |   | 15 millones de persona viviendo en Italia por debajo del umbral de la pobreza | economía pública                    |
|             |                                      |                 |                              | Italia está en recesión                                   |   | economía pública                    |
|             |                                      |                 |                              | perderá un 0,2% del PIB                                   |   | economía pública                    |
|             | hermoso                              |                 |                              |   | el <i>bel paese</i> que pinta el Cavaliere                                    | belleza y estética                  |
|             |                                      |                 |                              | Italia da lo mejor de sí misma en los peores momentos     |   | conflicto/resistencia               |
| <b>6</b>    |                                      |                 |                              |   |   |                                     |
|             | confusa realidad política (Italiana) |                 | política                     |   |   |                                     |
|             | una realidad teatral                 |                 | farsa y teatralidad          |   |   |                                     |
|             | Hipermediática                       |                 | medios de comunicación       |   |   |                                     |
|             | irreal                               |                 | realidad                     |   |   |                                     |
|             | el reino de la superficialidad       |                 | política                     |   |   |                                     |

|             |  |                 |                              |  |   |  |
|-------------|--|-----------------|------------------------------|--|---|--|
|             | el reino del embuste                     |                 | criminalidad y deshonestidad |  |   |  |
| <b>Doc.</b> | <b>adjetivo</b>                          | <b>Adverbio</b> | <b>colección de sentidos</b> | <b>sujeto de la acción</b>                   | <b>objeto o destinatario de la acción</b>         | <b>campo semántico de la acción</b>    |
|             | enredada entre los chistes del Cavaliere |                 | conflicto                    |  |   |  |
|             | tragicómica historia reciente del país   |                 | farsa y teatralidad          |  |   |  |
|             |  |                 |                              |  | en Italia el pasado no existe                     | historia                               |
|             |  |                 |                              | la tragicomedia que sufre Italia             |   | farsa y teatralidad                    |
|             |  |                 |                              |  | se entiende Italia mejor fuera que dentro         | conocimiento/comprensión               |
| <b>7</b>    |  |                 |                              |  |   |  |
|             |  |                 |                              |  | ¿Censura homófoba en Italia?                      | discriminación /medios de comunicación |
|             |  |                 |                              |  | crece la homofobia en Italia                      | discriminación /medios de comunicación |
| <b>8</b>    |  |                 |                              |  |   |  |
|             |  |                 |                              | Italia se ha rendido a                       |   | conflicto                              |
|             | pícaro (talante de los Italianos)        |                 | farsa y teatralidad          |  |   |  |
|             | anárquica genética                       |                 | política                     |  |   |  |
| <b>9</b>    |  |                 |                              |  |   |  |
| <b>10</b>   |  |                 |                              |  |   |  |
|             | multiétnica                              |                 | discriminación               |  | (Berlusconi) no tolerará un Italia multiétnica    | discriminación                         |
|             |  |                 |                              |  | no quiere un Italia multiétnica                   | discriminación                         |
|             |  |                 |                              | Italia ha rechazado a más de 500 inmigrantes |   | discriminación                         |
|             |  |                 |                              | Italia es ya multiétnica                     |   | interculturalidad                      |
|             |  |                 |                              |  | defiende un Italia multiétnica, pluralista, libre | interculturalidad                      |

|             |                       |                 |                              |   |  |                                     |
|-------------|-----------------------|-----------------|------------------------------|---|--|-------------------------------------|
|             |                       |                 |                              |   | devuelven Italia al tiempo del neofascismo   | política                            |
| 11          |                       |                 |                              |   |  |                                     |
| <b>Doc.</b> | <b>adjetivo</b>       | <b>Adverbio</b> | <b>colección de sentidos</b> | <b>sujeto de la acción</b>                                | <b>objeto o destinatario de la acción</b>  | <b>campo semántico de la acción</b> |
|             |                       |                 |                              | ¡no hay Italianos negros! (citación)                      |  | discriminación                      |
|             |                       |                 |                              |   | (los extracomunitarios nacidos en Italia) no tienen derecho a la ciudadanía Italiana | discriminación                      |
|             |                       |                 |                              | sólo son Italianos los que tienen sangre Italiana         |  | discriminación                      |
|             |                       |                 |                              |   | (los demás) en teoría no pueden quedarse porque no son Italianos                     | discriminación                      |
|             |                       |                 |                              |   | a muchos Italianos les debió de parecer mal  | conflicto                           |
|             |                       |                 |                              | Italia no es la hez del mundo (declaración)               |  | fisiología                          |
| 12          |                       |                 |                              |   |  |                                     |
|             |                       |                 |                              | no es país para jóvenes                                   |  | sociedad                            |
|             | precarios (Italianos) |                 | trabajo y mundo laboral      |   |  |                                     |
|             | desilusionados        |                 | emocionalidad                |   |  |                                     |
|             | machacados            |                 | conflicto                    |   |  |                                     |
|             | resignados            |                 | emocionalidad                |   |  |                                     |
|             | cansados              |                 | emocionalidad                |   |  |                                     |
|             | rebelados             |                 | conflicto                    |   |  |                                     |
|             | vieja                 |                 | historia                     |   |  |                                     |
|             | bella                 |                 | belleza y estética           |   |  |                                     |
|             |                       |                 |                              | aquí estamos <i>rincoglioniati</i> [atontados] (citación) |  | emocionalidad                       |
| 13          |                       |                 |                              |   |  |                                     |
|             |                       | nunca           |                              | Italia nunca termina de sorprender                        |  | emocionalidad                       |
| 14          |                       |                 |                              |   |  |                                     |
|             | triste                |                 | emocionalidad                |   |  |                                     |

|             |                 |                 |                              |   |  |                                     |
|-------------|-----------------|-----------------|------------------------------|---|--|-------------------------------------|
|             |                 |                 |                              | un país que fue bandera de libertad y cultura   |  | humanismo                           |
|             |                 |                 |                              |   | es presidido hoy por...                                      | política                            |
|             |                 |                 |                              |   | ¿Qué le ha pasado a Italia?                                  | transformación                      |
| <b>Doc.</b> | <b>adjetivo</b> | <b>Adverbio</b> | <b>colección de sentidos</b> | <b>sujeto de la acción</b>  | <b>objeto o destinatario de la acción</b>                    | <b>campo semántico de la acción</b> |
|             |                 | difícil         |                              |   | tan difícil de reconocer para...                             | transformación                      |
|             |                 |                 |                              |   | para quienes la aman   | emocionalidad/ amor                 |
|             |                 |                 |                              | ese país que reúne el 36% del arte de...  |  | artes                               |
|             |                 |                 |                              |   | a ese país, le debo mucho humana y culturalmente             | emocionalidad y humanismo           |
|             |                 |                 |                              | los Italianos empezaban a cansarse de los políticos   |  | Conflicto                           |
|             | grande          |                 |                              |   | los personajes que hicieron grande en ese momento al país    | Artes                               |
|             |                 | profundamente   |                              |   | una Italia que yo amaba profundamente                        | emocionalidad y amor                |
|             |                 |                 |                              | un país tan politizado como lo era Italia   |  | Política                            |
|             |                 |                 |                              | Italia,..., empezó a entrar en el túnel de la degeneración                                    |  | Decadencia                          |
|             |                 |                 |                              | los Italianos que a mí me habían otorgado el placer de la libertad de información y expresión |  | emocionalidad y libertad            |
|             |                 |                 |                              | los Italianos tienen que leer El País   |  | Necesidad                           |
|             |                 |                 |                              | ¿Dónde quedó aquella Italia..?  |  | Transformación                      |
|             |                 |                 |                              |   | ¿... aquella Italia a la que todo el mundo amaba y admiraba? | emocionalidad /amor                 |
|             |                 |                 |                              | Italia me defendió  |  | conflicto                           |
|             |                 | casi            |                              | Así [mafiosa] es hoy, o casi, Italia  |  | mafia                               |

|             |                 |  |                                  |   |  |   |
|-------------|-----------------|--|----------------------------------|---|--|---|
|             | triste          |  |                                  |   |  |   |
|             |                 | actual<br>(adjetivo<br>con valor<br>adverbial) |                                  |   |  |   |
|             |                 |  |                                  | los Italianos<br>volvieron a llamar<br>Berlusconi   |  | relaciones                                  |
| <b>Doc.</b> | <b>adjetivo</b> | <b>Adverbio</b>                                | <b>colección de<br/>sentidos</b> | <b>sujeto de la<br/>acción</b>  | <b>objeto o<br/>destinatario de la<br/>acción</b>  | <b>campo<br/>semántico de<br/>la acción</b> |
|             |                 |  |                                  | Italia era<br>fundamental para<br>que   |  | necesidad                                   |
|             |                 | tanto  |                                  | Quizá no sea<br>verdad que a los<br>Italianos les guste<br>tanto Berlusconi                     |  | emocionalidad                               |
|             |                 | demasiado                                      |                                  | Quizá es que<br>tampoco les<br>gustan demasiado<br>los otros políticos                          |  | emocionalidad                               |
| <b>15</b>   |                 |  |                                  |   |  |   |
|             |                 |  |                                  | los italianos<br>sufrieron sólo...  |  | conflicto                                   |
|             |                 |  |                                  |   | llevamos camino<br>de superar a Italia   | conflicto                                   |
| <b>16</b>   |                 |  |                                  |   |  |   |
|             | convulsa        |  | emocionalidad                    | entre los italianos<br>no existe. Existe<br>la complicidad                                      |  | deshonestidad                               |
|             |                 | impunemen<br>te                                | deshonestidad                    | en Italia, un buen<br>padre puede<br>permitirse ser<br>impunemente ser<br>un hombre<br>malvado, |  | moral y<br>deshonestidad                    |
|             | mal             |  |                                  | un mal ciudadano  |  | moral y<br>deshonestidad                    |
|             | malvado         |  | moral y<br>deshonestidad         | un desertor de<br>guerra  |  | moral y<br>deshonestidad                    |
|             | ladrón          |  | deshonestidad                    | un administrador<br>ladrón  |  | deshonestidad                               |
|             |                 |  |                                  |   | para dirigir una<br>discusión entre<br>Italianos se<br>necesita una<br>metralleta  | conflicto                                   |
|             | malo            |  |                                  |   | lo malo con los<br>Italianos es que<br>cuanto más se<br>habla con ellos,<br>menos entiende<br>cómo están las<br>cosas (citación) | conocimiento y<br>comprensión               |
| <b>17</b>   |                 |  |                                  |   |  |   |



|             |                                    |                 |                              |  |   |                                     |
|-------------|------------------------------------|-----------------|------------------------------|--|---|-------------------------------------|
|             |                                    |                 |                              |  |   |                                     |
| <b>18</b>   |                                    |                 |                              |  |   |                                     |
|             | golfa/hortera a la Italiana (vida) |                 | deshonestidad                |  |   |                                     |
|             |                                    |                 |                              |  | Italia de Berlusconi  | política                            |
|             | zafio                              |                 | carácter humano              |  |   |                                     |
| <b>Doc.</b> | <b>adjetivo</b>                    | <b>Adverbio</b> | <b>colección de sentidos</b> | <b>sujeto de la acción</b>                                   | <b>objeto o destinatario de la acción</b>                     | <b>campo semántico de la acción</b> |
|             | poco dulces                        | poco            | carácter humano              |  |   |                                     |
| <b>19</b>   |                                    |                 |                              |  |   |                                     |
|             | asustado                           |                 | emocionalidad                |  |   |                                     |
|             | conmocionado                       |                 | emocionalidad                |  |   |                                     |
|             |                                    |                 |                              | Italia amaneció  |   | naturaleza                          |
| <b>20</b>   |                                    |                 |                              |  |   |                                     |
|             |                                    |                 |                              | Italia reincide en..   |   | moral y deshonestidad               |
|             | exhausto                           |                 | emocionalidad                |  |   |                                     |
|             | dotado de inteligencia             |                 | carácter humano              |  |   |                                     |
|             | buen gusto                         |                 | carácter humano              |  |   |                                     |
|             | extenuada                          |                 | emocionalidad                |  |   |                                     |
|             |                                    |                 |                              | la nación no quería más divinos gobernantes                  |   | política                            |
|             |                                    |                 |                              |  | inscrito (como apuesta o modelo) en el ADN electoral Italiano | fisiología y medicina               |
|             | totales                            |                 |                              | en Italia el hastío y la desconfianza son totales            |   | emocionalidad                       |
|             |                                    |                 |                              | le comprarían muchos Italianos un coche usado (a Berlusconi) |   | Comercio                            |
|             |                                    |                 |                              | Italia no se ha jodido                                       |   | Sexo                                |
|             |                                    |                 |                              | (Italia) está hurgando                                       |   | movimiento                          |

Tabla 5.2: aspectos semánticos de los artículos

### 5.2.1 La adjetivación.

Los adjetivos calificativos utilizados para describir Italia, tanto en un predicado

nominal como en una simple yuxtaposición, han sido extraídos de unas pocas áreas semánticas, describiendo así una colección de sentidos que se ven aplicados al sujeto y forman el léxico de referencia por su predicación y su descripción.

Estos conjuntos semánticos son:

- la emocionalidad (las emociones humanas y los distintos humores)
- los conflictos
- la resistencia
- la farsa y la teatralidad
- el mundo y el discurso políticos
- la deshonestidad e ilegalidad
- rasgos del carácter humano

Ahora algunas observaciones.

Primero, Italia y los italianos se describen a veces como un colectivo y a veces como una persona singular, con gran énfasis sobre los aspectos emocionales, sobre todo emociones negativas.

El *homo italicus*, como ya vimos, es retratado como una persona exhausta, decepcionada, asustada, fundamentalmente como un individuo que sufre.

La modalidad es la de la resistencia (eterna según ciertos artículos) al sufrimiento. Siendo la identidad nacional una identidad humana, es razonable que el discurso la construya a través de oraciones que la ven encarnada en una persona, un individuo. Es un proceso de antropomorfismo continuo.

Nunca, en ningún artículo aparece la palabra "identidad".

Más bien, el *homo italicus* simboliza toda su nación, con muy pocas diferencias en su interior.

Vuelve la estrategia de simplificación que discutimos anteriormente.

A Italia, los artículos atribuyen emociones, muchas emociones, y la mayoría negativas.

También les atribuyen rasgos del carácter humano.

Desgraciadamente, los otros campos semánticos de referencia son la mala política, la ilegalidad y el comportamiento deshonesto y finalmente la farsa, la recitación, la teatralidad.

El retrato del *homo italicus* es simple y negativo: un farsante con cierta índole deshonesto y condenado a una pésima gobernación, a la mala política y, por eso, machacado, exhausto y enfurecido, eternamente entregado a resistir a las fuerzas internas a su país que lo quieren seguir explotando y decepcionando.

Impacta el porcentaje de adjetivos positivos sobre el total:

| <b>ADJETIVOS</b> | <b>valor absoluto</b> | <b>porcentaje</b> |
|------------------|-----------------------|-------------------|
| <b>Positivos</b> | 10                    | 21,25             |
| <b>Neutros</b>   | 6                     | 12,75             |
| <b>Negativos</b> | 31                    | 66                |

Tabla 2: adjetivación positiva, neutra y negativa en los artículos

Además de esos diez adjetivos positivos 4 se refieren a la belleza estética, o sea no van a compensar la cantidad de adjetivos negativos sobre el carácter y el humor del homo italicus.

Precisamos que negativo, en esta parte del análisis se ha de entender como calidad moral, es decir, como algo condenable, y también como algo no deseable, como en el caso de los adjetivos *exhausto* y *machacado*.

Finalmente, otro campo de sentido importante es el del conflicto que merece ser comentado aparte en cuanto encaja con la metamorfosis del homo italicus desde el pasado glorioso hacia un presente/futuro de sufrimiento y resistencia a las dificultades.

Como veremos en el apartado sobre las acciones donde se ve involucrado el homo italicus, Italia es retratada como víctima resistente, enredada en conflictos que la machacan, que la cansan, que la asustan y le hacen desconfiar en el futuro.

### 5.2.2 *Los adverbios.*

Con respecto a la predicación del sujeto homo italicus, hay un uso muy escaso de adverbios.

Igualmente los pocos delatan:

- énfasis en la descripción de Italia, de sus características antropomorfas de víctima resistente y de hombre algo deshonesto.

Son adverbios usados para regular la intensidad del sentido, para remarcar la amplitud del fenómeno y su extensibilidad en el tiempo y en el espacio.

- Algunos adverbios de modo caracterizan en sentido negativo acciones y propiedades ambiguas atribuidas al sujeto, coherentemente con el resto de la macro-estrategia

### 5.2.3 *La paradoja del homo italicus en acción.*

En la tabla 1 se puede apreciar que no hay diferencia significativa entre las acciones donde el homo italicus es el sujeto y aquellas donde es el objeto de la acción (o el destinatario u otra parte involucrada de forma pasiva).

De hecho la distinción más interesante es entre los predicados verbales y los nominales.

La predicación nominal utiliza los adjetivos y las palabras de las colecciones de sentidos de que hablamos a propósito de la adjetivación: emociones humanas, política, resistencia, conflicto y otras de menor importancia como el humanismo, pero los campos del conflicto, de la resistencia, más unos nuevos (discriminación, economía pública, moral, conocimiento y comprensión) constituyen la referencia fundamental de la predicación verbal.

El humor, el estado emocional del homo italicus y los rasgos de su carácter parecen explicarse a través de sus acciones, hechas o padecidas.

La descripción de Italia pasa a través del léxico del conflicto, de la guerra, de la tensión, de la resistencia, de las dificultades, de las relaciones entre dos partes una adversa a la otra.

El campo de batalla es constituido por la política y por la economía pública.

Una vez más vemos como en la muestra de artículos analizados, los italianos son descritos como un colectivo que lucha contra su propia clase política y directiva, contra las posiciones de poder que han abusado del país y siguen haciéndolo.

Una vez más, el retrato es sencillo, simplificado. El discurso dirige todos sus esfuerzos en el mismo sentido: mostrar la decadencia, la metamorfosis a peor del país.

Merece la pena notar que los artículos, aunque presentan juicios claros sobre la identidad italiana, se limitan bastante a un periodismo de actualidad, sin intentar interpretaciones de las causas, sólo observando el proceso y describiéndolo.

Las interpretaciones que podemos encontrar en la muestra de artículos son citas de personajes públicos italianos.

### 5.3 Figuras del discurso.

Como hemos notado anteriormente, en la muestra de artículos analizados no hay menciones directas al concepto de identidad nacional.

La única oración que se le acerca un poco es una referencia a los *ius sanguinis* de las leyes italianas en materia de ciudadanía italiana (doc. 11).

Nunca se habla directa y explícitamente de la "identidad nacional" de los italianos, el sujeto /objeto gramatical de las oraciones, como notamos, siempre es "Italia" o los italianos o el país (de los italianos).

De eso se desprende una característica muy importante del discurso sobre identidad nacional, que tal vez la haga distinta de otras identidades sociales del ser humano, aunque la muestra de estudio es muy pequeña y los resultados no son en absoluto generalizables, así que sólo queda siendo una hipótesis: es posible que en la prensa española no exista un discurso referencial sobre las identidades nacionales (propia o ajena).

Con el adjetivo *referencial* nos referimos a un discurso que nombra explícitamente el sujeto "identidad nacional" a la hora de definir y/o describir alguno de los elementos que la componen.

Es posible que, si eso fuera cierto, la motivación sea puramente ética, es decir, que en los periódicos los periodistas no se atrevan a dar definiciones sobre identidades porque políticamente poco correcto y fácilmente interpretable como comportamiento discriminatorio.

En cambio, hay profusión de discursos metafóricos sobre identidad nacional, hasta el punto en que, con respecto a nuestra muestra de artículos, podemos decir que todo lo que se dice en los artículos sobre la identidad nacional italiana, se dice a través de figuras retóricas y en particular, con metáforas.

De los datos recogidos, se desprenden las mismas conclusiones a que llegaron Wodak y sus colaboradores (1999) en su análisis de la construcción discursiva de la identidad nacional austriaca: sinécdoque, metonimia y personificación son las 3 figuras del discurso más frecuentes y a través de las cuales el discurso "habla" de la identidad nacional.

Pues, con respecto a este punto no hay nada nuevo que añadir.

Lo que sí queremos subrayar es la dominación del discurso metafórico sobre el

discurso referencial, como hemos dicho antes.

Es esta una dimensión del discurso que merece un estudio aparte y mucho más profundizado, cosa que no podemos hacer aquí.

Finalmente, aparte de esas 3 figuras retóricas, hay otro tropo menos frecuente en los artículos, pero igualmente importante, aunque por razones distintas: la hipérbole. Mucho adjetivos superlativos, adverbios de cantidad (demasiado, muy, tan) y otras expresiones forman la base de las muchas hipérbolés presentes en los artículos, a demostración de la estrategia de simplificación temática y analítica del retrato periodístico de la identidad nacional italiana.

Hay una "exageración del sentido", muy coherente con una selección de pocos elementos temáticos y semánticos: la identidad nacional italiana – para usar una metáfora – se pinta con pocos colores, pero con mucha tinta y esos pocos colores son muy fuertes.

En nuestra opinión, el uso de hipérbolés conjuntamente a una simplificación en el discurso obtiene dos efectos:

- la exageración de sentido cataliza toda la atención sobre los elementos que se quieren subrayar, logrando mayor fuerza persuasiva
- la hipérbole focaliza la atención sobre la intensidad del fenómeno, sobre su magnitud, distrayendo la atención de la calidad de la información, de los argumentos mismos.

En particular, el segundo es un poderoso efecto retórico que intenta inhibir ciertas reacciones cognitivas en el lector, frente a la expresión "un país exhausto" (doc. 20, línea 3), en teoría la atención se detiene en la imagen fuerte e impactante de un país tremendamente cansado, casi en rodillas, que necesita descansar, sin fuerzas. El lector normalmente buscaría argumentos a favor de la afirmación, pero su atención se centra en la magnitud del cansancio del país, también gracias al efecto poético del doble tropo, si consideramos la personificación, que dibuja una imagen impactante y vivida, un país entero cansado, un gigante abatido, que ha perdido su calidad por antonomasia: la fuerza y las energías.

#### 5.4 *Citas y afirmaciones: la posición del enunciante con respecto al discurso.*

El último aspecto del discurso periodístico español sobre la identidad nacional italiana que queremos analizar en este estudio piloto es la modalidad de enunciación de las oraciones que contienen descripciones de elementos constituyentes de la identidad nacional en cuestión.

Por un estudio previo de los textos, se evidenció que hay 3 formas de enunciación según la modalidad de implicación de la fuente, es decir, el periodista y la línea editorial que representa:

- implicación a través de afirmación, por ejemplo “no existe para mí país más emocionante de Italia” y “Italia ha hecho nacer, y lo ha resistido, imperiosos grandiosos y crueles” (doc. 1, líneas 1-2 y 12-13).
- neutralidad a través del uso de datos estadísticos, por ejemplo “Un informe de Caritas señala que hay 15 millones de personas en Italia viviendo por debajo o muy poco por encima del umbral de la pobreza” (doc. 5, líneas 98-102)
- derogación a través de citas de personajes públicos italianos (o extranjeros que hayan vivido gran parte de su vida en Italia, considerables – desde este punto de vista – como si fueran una fuente interna a Italia), por ejemplo “Entre italianos la solidaridad no existe. Existe la complicidad.” (doc. 16, párrafo 12, líneas 1-3)

Ahora bien, la neutralidad y la derogación son efectos textuales de superficie, puesto que la publicación de una entrevista (como también la elección de las preguntas) a un personaje público italiano es síntoma de una postura igual que la elección de usar afirmaciones personales (del periodista). Lo mismo vale por las citas de un personaje, puesto que hay una elección tras ellas.

Desde el punto de vista de la fuente, hablar de una identidad nacional ajena y de esa nación citando personajes públicos de ese mismo país es una estrategia discursiva que tiene como objetivo (aparte de aumentar el interés de los lectores) incrementar el nivel de credibilidad de la fuente y por tanto de la información.

Además puede servir como vehículo de opinión, simulando neutralidad (importante por las implicaciones éticas del periodista).

Pero a nosotros interesa más el lado de la recepción, en particular – por los objetivos de nuestra investigación futura de que este sólo es un estudio piloto – los efectos sobre un público de inmigrantes italianos que leen estos textos periodísticos españoles.

El punto aquí es que el lector italiano inmigrado se encuentra con contenidos informativos que, en el caso de las citas, parecen proceder de fuentes italianas. Eso es aún más relevante si pensamos que la mayoría de las descripciones de

elementos de la identidad nacional italiana en nuestra muestra se ha hecho a través de ese género de citas, y mucho menos con el uso de afirmaciones.

La pregunta es: el hecho que la información se presente como procedente de fuente italiana o de fuente española ¿puede influir en la manera en que esta información será procesada e interiorizada por el público de inmigrantes italianos en España?

Puesto que el retrato de la identidad nacional italiana en sus aspectos del presente y del futuro próximo es tendencialmente negativo, se puede presumir que este conjunto de informaciones presente un *conflicto cognitivo* para el público italiano de inmigrantes, hipotizando que el mismo tipo de información, en la prensa italiana tenga una connotación más positiva y menos crítica – y queda por demostrar.

Reformulando entonces la pregunta, dentro de este conflicto entre la información (y las creencias) anterior, que los inmigrantes solían recibir de la prensa italiana antes de su migración y la información de la prensa española ¿Cómo cambia el procesamiento de la información según varía la nacionalidad de la fuente a que se reconducen las afirmaciones sobre la identidad nacional italiana?

Evidentemente este es un tema complejo que necesita un estudio comparativo sobre el procesamiento de textos periodísticos y que antes supone un estudio del discurso periodístico en la prensa nacional italiana.

Aquí nos limitamos a hacer hincapié en la relevancia del tema y, desde el punto de vista metodológico, de esta estructura lingüística concreta dentro del análisis del discurso de nuestra investigación.

Al mismo tiempo, queremos avanzar una hipótesis: según creemos, la prensa italiana presenta un grado de connotación positiva más alta, relativamente a la identidad nacional italiana.

Existe entonces ese choque cognitivo en los inmigrantes italianos entre lo interiorizado antes de la migración y el retrato de su nacionalidad hecho por la prensa española. Ese conflicto puede desembocar en el desarrollo de una actitud más crítica sobre la propia identidad nacional (es una posibilidad entre otras). El desarrollo de esa actitud crítica se vería reforzando, según nuestras hipótesis, y ayudado por la estrategia enunciativa de derogación que hemos ilustrado.



## Capítulo 6

### CONCLUSIONES

---

El análisis del discurso periodístico en la muestra de artículos de El País nos ha conducido a tres tipos de resultados, a causa de las premisas y de los objetivos de este trabajo, unos resultados de orden metodológico, otros de orden teórico y otros puramente analíticos/descriptivos.

#### 6.1 *Implicaciones de este análisis para la metodología de estudio.*

El primer objetivo de este análisis era de poner a prueba unas variables analíticas, en concreto unas estructuras lingüísticas que habíamos escogido.

Queríamos ver si esas estructuras eran las más adecuadas para estudiar la representación en la prensa de una identidad nacional ajena al país de producción del periódico.

El resultado ha sido parcialmente positivo.

Por un lado las estructuras que habíamos escogido se han demostrado adecuadas, en cuanto relevantes: el discurso periodístico se basa en ellas para vehicular la construcción lingüística de la identidad nacional ajena.

El análisis de los temas que constituyen los elementos formantes la identidad nacional, según la tipología de Wodak (1999) optimizada a nuestro caso de estudio; el análisis de los dispositivos semánticos con respecto a la predicación del sujeto "nación" y de las colecciones de sentidos usadas en los predicados nominales y verbales donde es presente el país en cuestión; el recurso a figuras retóricas y en particular a metáforas; la posición del enunciante (implicación vs derogación) en la definición de los elementos que componen la identidad nacional.

Las 4 categorías de análisis han demostrado ser pertinentes y relevantes para este tipo de estudio.

Por el otro lado, el análisis ha subrayado la complejidad de un estudio de material periodístico. Tratándose de artículos procedentes de fuentes distintas, aunque la línea editorial sea la misma, se puede suponer que un análisis sobre una muestra más amplia de artículos necesite otra estructura de análisis o, mejor dicho, otra aproximación.

Habiendo más fuentes, puede haber muchas más estrategias discursivas, realizadas a

través de distintas estructuras lingüísticas, además de las que hemos considerado aquí.

Por eso, creemos que un estudio de este tipo necesite una metodología ad hoc, es decir, que las categorías de análisis se vayan redefiniendo a lo largo del análisis, en conformidad con las características y las propiedades emergentes del objeto de estudio (los artículos de la muestra).

## 6.2 *Implicaciones teóricas y nuevas hipótesis.*

El análisis, mostrando un retrato negativo de muchos elementos de la identidad nacional ajena (la italiana) ha puesto en luz la legitimidad de las hipótesis de la investigación futura a que nos preparamos.

Como dijimos, se puede suponer que haya un conflicto negativo causado por el choque entre la información, los conceptos y las creencias interiorizadas durante la socialización en el país de origen y el contenido informativo de la prensa del país de llegada (España).

Esta hipótesis queda por confirmar a través de un estudio comparativo entre prensa italiana y española.

A ese análisis debería, entonces, seguir el estudio sobre la recepción, que nosotros creemos debería ser conducido con entrevistas en profundidad y grupos de discusión. Hay que estudiar el efecto de esta resocialización en los inmigrantes italianos a través de la prensa española y buscar correlaciones entre ciertas estrategias discursivas y ciertas (posibles) tendencias en la reelaboración de la propia identidad nacional en los inmigrantes.

## 6.3 *Resultados analíticos: los italianos en la prensa nacional de España.*

Vamos a resumir y relacionar los resultados ya mostrados durante el análisis.

Hemos individuado unas características principales del concepto de identidad nacional italiana tal y como se representa en nuestra muestra de artículos y son las siguientes:

- a) La identidad nacional italiana se describe como un *concepto dinámico*, extendido a lo largo del eje temporal desde un pasado lejano hasta un futuro próximo.

El uso de los tiempos verbales nos ha indicado cuáles características había que asignar al pasado italiano y cuáles al presente/futuro cercano.

- b) Aunque la identidad de cualquier país sea indiscutiblemente algo heterogéneo,

formado por partes cuyo confines se funden entre ellos, pero manteniendo características distintas, la identidad italiana ha sido retratada como algo bastante homogéneo y coherente en su composición interior, prefiriendo la cohesión y la *homogeneidad* a las diferencias internas

- c) También con respecto a su definición en relación a grupos sobre-nacionales como la U.E. y las otras naciones próximas (por no hablar del resto del mundo), la conceptualización de la identidad italiana se encuentra algo escasa en referencias a su ambiente exterior. También bajo este punto de vista el discurso se funda en la *cohesión* y en la *no-relacionalidad* del concepto.
- d) La excepción es, obviamente, constituida por las comparaciones y las relaciones entre España e Italia (en este caso los "Nosotros" y "Ellos" del discurso). Pero queda un elemento marginal.
- e) Es notable cómo no haya ni siquiera una referencia a los italianos en cuanto inmigrados, puesto que hay muchas etnias y naciones del mundo que aparecen a diario en la prensa española, en relación a algún acontecimiento cuyo protagonista es un inmigrado (o la categoría misma de inmigrados) de aquel país. A este propósito el caso de las naciones de América del sur es ejemplar.

### 6.3.1 *El pasado glorioso*

Hemos detectado la construcción lingüística de un pasado común, fundado en símbolos fuertemente estereotipados, de naturaleza cultural, histórica, política y económica.

Desde este punto de vista, los símbolos más relevantes, que aparecen más a menudo en los textos de nuestra muestra, son los culturales, sobre todo aquellos ligados a la tradición cinematográfica y literaria.

También aparecen muchos símbolos políticos que constituyen la cara negativa del pasado común de los italianos.

En general, los rasgos negativos del supuesto Volkgeist italiano y los símbolos negativos, del pasado como del presente, están ligados a los macro-temas de la política y de la economía (pública y empresarial).

Por el resto, el pasado es un pasado no muy lejano en el tiempo, que remonta hasta el nacimiento de la democracia con las primeras libres elecciones del año 1948.

Sólo en un artículo (doc. 2) hay referencias a un pasado muy lejano, de imperios y dominaciones extranjeras, evidentemente más ligadas al territorio que al colectivo nacional italiano tal y como lo se entiende hoy en día.

Hay un uso copioso de *estereotipos culturales*, relativamente a las artes, a la “bella Italia” por su patrimonio artístico y sus paisajes, la tradición gastronómica.

En el conjunto el retrato del pasado italiano calca por un lado el estereotipo de la “dolce vita”, y por otro lado se funda en una larga tradición cultural, intelectual y artística que encuentra su punto de máxima realización en la democracia y en la libertad de los primeros años de la Primera República.

Ese es lo que quisimos definir como el *Pasado Glorioso*, tal como sale en el retrato periodístico de la muestra analizada.

### 6.3.2 *El presente de decadencia: una metamorfosis a peor.*

Si el pasado común es un conjunto fundamentalmente positivo, el presente de la identidad italiana se pinta como una metamorfosis, una transformación desde un estadio positivamente connotado a otro negativo.

Las referencias al presente y a la orientación hacia el futuro próximo son más frecuentes de aquellas al pasado; eso indica que se trata de la dimensión más interesante por la prensa española.

Italia y los italianos interpretan el papel de la *víctima*, que sufre y resiste a las consecuencias de un proceso de decadencia, a eventos negativos en las esferas política, económica y social, puesto que la causa de tales eventos es colocada, por el discurso, dentro del mismo país.

El continuo énfasis en las dimensiones política y económica, a través de temas negativos ligados al núcleo de la deshonestidad, de la corrupción y de la farsa, nos informa de la causa designada como tal del proceso de metamorfosis a peor de la identidad italiana: la clase política corrupta (la “pésima gobernación”) y la corrupción y el mal estado del mundo empresarial.

El léxico procedente de los campos semánticos del *conflicto*, de la *resistencia* y del *sufrimiento* marcan el discurso sobre el homo italicus.

Puesta la condición en que se encuentra en el presente, su orientación al futuro está más que bien definida en nuestra muestra de artículos: *decepcionado, exhausto, rebelado, desconfiado antes el futuro y lo desconocido, asustado y lleno de miedo con respecto a ciertas cuestiones nacionales.*

Las temáticas más importantes a que está ligado el presente de la condición del homo italicus son la *mala política*, la *crisis económica*, la corrupción, la discriminación de

minorías étnicas y culturales, el racismo.

### 6.3.3 Estrategias discursivas: la metamorfosis de un país y de su identidad.

Lo que hemos hallado en el discurso periodístico (en la muestra de artículos) y que también calca el camino ya abierto por el estudio de Wodak (1999) es fundamentalmente una estrategia discursiva de *transformación* de la identidad nacional ajena (la italiana).

Partiendo de un estatus que se considera bastante sólido y permanente, se ponen en luz los cambios que tocan ciertas partes que podríamos definir los "*elementos móviles*" de la identidad nacional en cuestión.

El supuesto espíritu nacional italiano, ese conjunto de rasgos caracteriales, características, comportamientos típicos se mantiene, lo que cambia son ciertos aspectos sujetos al desarrollo temporal: la condición política, el equilibrio social, la conducta moral y la conducta económica, las temáticas sociales más relevantes en un periodo en concreto.

Así, parafraseando el titular de un artículo de la muestra (doc. 16), ocurre esta metamorfosis de la "dolce vita" a la "vida golfa".

El discurso construye esa estrategia a través de las siguientes formas de realización:

- *simplificación* y *focalización*: hay una selección temática y también léxica que focaliza la atención sobre los elementos que hemos definido como móviles dentro del conjunto que forma la identidad nacional en el discurso periodístico de la prensa española.

Además, la simplificación se logra también gracias a ciertas exclusiones temáticas que hemos definido antes como búsqueda de *cohesión* y *homogeneidad* (focalización en la unidad de la identidad y exclusión de la heterogeneidad interior y de las comparaciones con la realidad exterior).

- *énfasis*. En la predicación del homo italicus y de Italia, los mismos temas son tocados varias veces (*repetición*), con amplio uso de *metáforas*, *hipérboles* para incrementar ulteriormente la fuerza del sentido de la oración.

Destaca particularmente el recurso a distintos tipos de enunciación, también dentro del mismo artículo, que se convierte en una *multiplicación de los puntos de vista*: aparte de las afirmaciones directas de los periodistas, se usan muchas referencias a datos estadísticos (*efecto de objetividad*) y muchas citas de personajes públicos

italianos y españoles pero que vivieron muchos años en Italia (*fuentes internas*). El resultado es doble: un aumento de la credibilidad atribuida a la fuente y énfasis en las temáticas sobre que van las citas.

El énfasis se centra en:

- a) *polarización positivo/negativo* sobre el eje temporal pasado-presente-futuro, a través de la connotación léxica, especialmente de adjetivos, adverbios y predicados verbales. Otra herramienta lingüística al servicio de esta estrategia son las *preguntas retóricas* y *preguntas abiertas sin contestar*, es decir, en modalidad de discurso directo sin que les siga la respuesta necesaria (del tipo “¿qué le ha pasado a Italia?”). Las preguntas abren el discurso – por norma general monológico – al diálogo, interpelando al lector, pues focalizando su atención, enfatizando el tema y predisponiendo su actividad cognitiva a la búsqueda de respuestas en el resto del texto.
- b) *Necesidad de un cambio en el futuro* (tópicos de la resistencia y de la capacidad de reacción, por ejemplo “dar lo mejor de sí en las situaciones difíciles”)
- c) *Connotación negativa de la política, de la economía y del equilibrio social* (metáforas, multiplicación de los puntos de vista, connotación léxica negativa, hipérboles, personificaciones negativas)

Posiblemente – pero queda por demostrar que el efecto sobre el público sea coherente con la estrategia discursiva – esa connotación se logra también gracias al frecuente recurso a ciertos personajes públicos muy representativos, con fuerte valencia simbólica, los que definimos como los *testimonials* de la identidad nacional italiana (en este preciso caso, dada la muestra de artículos, la referencia principal es la figura del actual primer ministro Silvio Berlusconi).

## ANEXOS

Presentamos aquí los artículos analizados.

Documento 1.

EL PAÍS, miércoles 26 de noviembre de 2008, página 48, por Mónica Andrade.

### **Italia se rinde a Luxuria**

*La transexual y ex diputada gana 'La isla de los famosos*

1 La sexta edición italiana de *La isla*  
2 de los famosos se ha resuelto  
3 con la victoria de Vladimir Luxuria,  
4 transexual y ex diputada del  
5 Partido Comunista, que se define  
6 a sí misma como transgénero  
7 —no se ha sometido a ninguna  
8 intervención quirúrgica— y prefiere  
9 que se hable de ella en femenino.  
10 En 2006, cuando tenía 40  
11 años, Luxuria, cuyo verdadero  
12 nombre es Wladimiro Guadagno,  
13 se convirtió en la primera diputada  
14 transexual italiana. Licenciada  
15 en Lenguas y Literatura extranjeras,  
16 fue una de las organizadoras  
17 del primer Gay Pride de Roma  
18 en 1994. Convertida en un icono  
19 gay y famosa por sus constantes  
20 apariciones en televisión, ahora  
21 la audiencia le ha recompensado  
22 y le ha hecho ganar 200.000  
23 euros, lamitad de los cuales destinará  
24 a Unicef.  
25 Luxuria, que se declara en plena  
26 “tormenta hormonal de felicidad”,  
27 cree que con su victoria “los  
28 italianos han demostrado ir muy  
29 por delante de sus políticos”  
30 y aprovecha para alertar  
31 contra “los prejuicios  
32 que tanto hacen sufrir a  
33 muchos y para los cuales  
34 sólo hay un antídoto: el conocimiento”.  
35 El periódico  
36 de Refundación Comunista,  
37 Liberazione, ha aplaudido  
38 el resultado del concurso,  
39 emitido por Rai 2, señalando  
40 que la participación  
41 de Luxuria “ha hecho ver a  
42 millones de italianos que  
43 la realidad es diferente y  
44 que también esta realidad  
45 tiene los mismos derechos  
46 que la presunta mayoría”.  
47 En las 10 semanas que  
48 ha durado el reality show,  
49 la cadena ha batido récords  
50 con cuotas de audiencia

51 superiores al 50% e  
52 incrementos constantes de publicidad.  
53 La última entrega llegó a  
54 concentrar ante la pantalla más  
55 de siete millones de espectadores

Documento 2.

EL PAÍS, jueves 9 de abril de 2009, por Maruja Torres.

**'Italia nostra'**

1 No existe para mí país más emocionante  
2 que Italia. Nome pregunten por qué. Es la  
3 historia, es la superposición de arquitecturas,  
4 es su forma estrecha y doméstica, la  
5 bota que pende de Europa, impulsiva, vieja  
6 y juguetona, con su ordalía vital. Son  
7 sus Alpes y sus acantilados meridionales,  
8 es la hoguera verde que súbitamente horada  
9 unas modestas ruinas para exhibir al  
10 sol, entremármoles desgastados, su sonrisa  
11 de eterna resistente.  
12 Italia ha hecho nacer, y lo ha resistido,  
13 imperios grandiosos y crueles y sus no  
14 menos desdichados finales; ha sufrido invasiones  
15 de bárbaros y los ha creado, y  
16 soporta un día tras otro penetraciones de  
17 turistas.  
18 Se traga las aguas altas del Adriático y  
19 se defendió de las aguas fecales del fascismo  
20 de su propia gente.  
21 Las Italias, que reivindicó como mías  
22 porque son patrimonio de mi humanidad.  
23 La de los poemas friulanos de Pasolini, la  
24 de los fusilamientos de Ferrara narrados  
25 por Bassani. La siciliana Italia que defendió  
26 Sciascia, la oscura Italia del poder a la  
27 que el escritor sardo atacó. Italia ha parido  
28 dioses y monstruos, y los ha sufrido.  
29 Ha padecido a la democracia cristiana  
30 más artera y al Vaticano más retrógrado;  
31 ha producido mafias, logias, Brigadas Rojas.  
32 Es también la Italia del Novecento, de  
33 aquella Emilia-Romagna unida contra el  
34 hambre y el patrón; la Italia de AnnaMagnani  
35 corriendo tras el camión que se lleva  
36 a su hombre; la Italia de Rossellini y la de  
37 La mejor juventud.  
38 Lo da todo, lo pare todo, lo reinventa  
39 todo. Lo resiste todo. Sólo los terremotos  
40 pueden vencerla. En el corazón queda el  
41 dolor por sus hijos muertos y heridos, por  
42 los sin hogar, por la belleza desaparecida,  
43 por la tierra convulsa. Una tierra hacia  
44 cuyos dones siempre he sentido gratitud.  
45 *Força*, Italia. Pero de la buena. De la vuestra.



Documento 3.

EL PAÍS, sábado 21 de febrero de 2009, página 4, por Mercedes Vela.

### **Italia autoriza patrullas nocturnas de vecinos contra la delincuencia**

*La retención de inmigrantes indocumentados se alarga de dos a seis meses*

1 Rondas de voluntarios que patrullen  
2 las ciudades para evitar las  
3 violaciones. Ésta es la última idea  
4 del Gobierno de Silvio Berlusconi,  
5 tras los episodios de violencia  
6 sexual que han conmocionado a  
7 la opinión pública italiana durante  
8 las últimas semanas. La constitución  
9 de estas rondas forma parte  
10 del decreto ley que el Consejo  
11 de Ministros aprobó ayer y que  
12 entre otras normas prohíbe el  
13 arresto domiciliario para quienes  
14 están acusados de violencia  
15 sexual y prevé penas de cuatro a  
16 seis años para el acoso sexual.  
17 Además, el decreto alarga el  
18 tiempo de permanencia de los inmigrantes  
19 en los centros de identificación  
20 de dos a seis meses. La  
21 directiva europea aprobada el pasado  
22 mayo autoriza retenciones  
23 de seis meses ampliables a 18 si  
24 no existe cooperación por parte  
25 del país de procedencia del inmigrante.  
26 En España, el tiempo  
27 máximo que permite la ley es de  
28 40 días. Esta medida coincide  
29 con la revuelta hace dos días de  
30 los extranjeros encerrados en el  
31 centro de internamiento de la isla  
32 de Lampedusa.  
33 La medida que está suscitando  
34 más controversia es la formación  
35 de las rondas, un viejo caballo  
36 de batalla de la Liga Norte,  
37 que forma parte de la coalición  
38 de gobierno. El decreto ley señala  
39 que las rondas no irán armadas  
40 y serán formadas por voluntarios,  
41 con prioridad para ex agentes  
42 de las fuerzas armadas, y estarán  
43 coordinadas por el delegado  
44 del Gobierno de cada ciudad. A  
45 los voluntarios se les dotará de  
46 un teléfono móvil y de transmisores  
47 con los que advertir a las fuerzas  
48 del orden.  
49 El mismo presidente Berlusconi  
50 ha reconocido que el decreto  
51 es fruto del clamor suscitado  
52 por los últimos episodios de violencia.  
53 En Roma el sábado pasado

54 una joven de 14 años fue violada,  
55 motivo por el que han sido  
56 detenidos dos ciudadanos rumanos.  
57 Pero el clamor racista venía  
58 de semanas atrás. A finales de  
59 enero otra joven de 21 años fue  
60 violada en Guidonia, un pequeño  
61 pueblo cercano a Roma, por cuatro  
62 rumanos que fueron arrestados  
63 a los pocos días. Italia, pese a  
64 la algarabía mediática a la que se  
65 ha sumado demagógicamente el  
66 Gobierno, no se encuentra ante  
67 una verdadera emergencia. Lo  
68 confirman los datos más recientes:  
69 en 2008 hubo 4.465 casos de  
70 violación, lo que supone 432 menos  
71 que en 2007. Incluso Berlusconi  
72 lo ha confirmado.  
73 El primer ministro parece  
74 confirmar así que el decreto es  
75 fruto más de un arrebato emotivo  
76 que de una emergencia real  
77 en cuestiones de seguridad e inmigración.  
78 El mismo día que el  
79 Gobierno tomó estas medidas, el  
80 presidente de la Cámara de los  
81 Diputados, Gianfranco Fini, sin  
82 hacer una expresa referencia al  
83 decreto, habló ayer de “la odiosa  
84 conexión entre criminalidad e inmigrantes...”  
85 “El riesgo”, según  
86 Fini, “es que después de los recientes  
87 episodios de violaciones  
88 por parte de extranjeros se cree  
89 una mezcla explosiva. Por esta  
90 razón”, concluye Fini, hay que  
91 “mantener la lucidez y la serenidad”,  
92 aunque comprende la indignación  
93 popular. Las medidas  
94 sobre inmigración podrían ser el  
95 último frente de choque entre  
96 Berlusconi y Fini, como recientemente  
97 ocurrió con el caso de  
98 Eluana Englaro, la mujer que falleció  
99 este mes tras permanecer  
100 17 años en coma.  
101 Las críticas llegan también  
102 del Vaticano. La creación de las  
103 rondas representa para el secretario  
104 del consejo pontificio de los  
105 inmigrantes, monseñor Agostino  
106 Marchetto, “una abdicación del  
107 estado de derecho”. Por su parte,  
108 Marco Minniti, responsable de la  
109 oposición en temas de seguridad,  
110 manifestó que con las rondas  
111 se cuestiona el monopolio sobre  
112 la seguridad por parte del Estado

113 y de las fuerzas del orden.  
114 El presidente Berlusconi en  
115 conferencia declaró que ha recurrido  
116 de nuevo a un decreto ley  
117 porque “el tiempo con el que el  
118 Parlamento italiano aprueba las  
119 leyes está a la vista de todos”.  
120 Una frase que alimenta la polémica  
121 por el difícil encaje entre las  
122 decisiones del Gobierno italiano  
123 a usar excesivamente los decretos  
124 leyes y el Parlamento después  
125 del caso Englaro.

Documento 4.

EL PAÍS, viernes 6 de febrero de 2009, página 33, por Miguel Mora.

### **El ‘caso Eluana’ desemboca en un conflicto entre poderes en Italia**

*La resistencia del presidente disuade a Berlusconi de burlar al Tribunal Supremo para impedir la muerte de la mujer que está en coma desde 1992*

1 El Gobierno de Silvio Berlusconi  
2 se columpió ayer durante todo el  
3 día entre la farsa, el disparate jurídico  
4 y el bochorno. Acuciado por  
5 las presiones de los católicos más  
6 integristas, el Ejecutivo redactó y  
7 dio a conocer el borrador de un  
8 decreto urgente elaborado a medida  
9 para impedir la ejecución de la  
10 sentencia de la Corte de Apelación  
11 de Milán, refrendada por el  
12 Tribunal Supremo, que autorizó  
13 a suspender la alimentación e hidratación  
14 artificial que mantiene  
15 viva a Eluana Englaro. La mujer  
16 está en coma vegetativo desde  
17 1992 tras sufrir un accidente.  
18 Las dudas mostradas por el jefe  
19 del Estado, Giorgio Napolitano,  
20 quien dos días antes había pedido  
21 al Parlamento que legisle “con serenidad”  
22 sobre el testamento vital,  
23 frenaron a última hora las intenciones  
24 del Ejecutivo, que pretendía  
25 llevar el decreto al Consejo  
26 de Ministros de hoy. Napolitano  
27 tiene capacidad de vetar los decretos  
28 del Gobierno. También influyó  
29 el escándalo organizado por el  
30 Partido Demócrata (PD), y la perplejidad  
31 de Gianfranco Fini, presidente  
32 de la Cámara, pidiendo “reflexión”  
33 a su Gobierno.  
34 Pese a que Berlusconi, en su  
35 entorno, se había mostrado hasta  
36 ahora partidario de respetar la decisión  
37 de la familia Englaro, ha dado

38 alas al sectormás conservador  
39 de su Gobierno. Éste, conducido  
40 por la secretaria de Estado de Sanidad,  
41 Eugenia Roccella (integrista  
42 pro-vida), ha hecho suyas las  
43 apelaciones más apocalípticas de  
44 la Curia y lanzó ayer a los cuatro  
45 vientos el borrador del decreto.  
46 Choque institucional  
47 Las consecuencias eran previsibles.  
48 Y de signo casi tan destructivo  
49 como un pequeño golpe de  
50 Estado: conflicto institucional  
51 con el presidente de la República,  
52 agudizar el malestar del ya  
53 indignado poder judicial, dividir  
54 a la coalición del Gobierno, y ponerse  
55 en contra a la mayoría de  
56 italianos (cercana al 85%) que estos  
57 días ha declarado en los sondeos  
58 su postura respetuosa con  
59 los Englaro. “Es una señal antidemocrática  
60 fortísima”, dijo la  
61 senadora del PD Anna Finocchiaro.  
62 “El Gobierno ignora un  
63 proceso judicial que llegó al Supremo.  
64 Es un síntomamás preocupante  
65 que en los anteriores  
66 Gobiernos de Berlusconi: reduce  
67 a nada el papel de la Justicia”.  
68 El decreto ley, de un solo artículo,  
69 dice que, “a la espera de la  
70 aprobación de una completa y orgánica  
71 disciplina legislativa en  
72 materia del fin de la vida, la alimentación  
73 y la hidratación, en  
74 cuanto formas de ayuda vital y fisiológicamente  
75 indicadas para aliviar  
76 el sufrimiento, no pueden en  
77 ningún caso ser rechazadas por  
78 los sujetos afectados ni por quien  
79 asista a sujetos que no pueden valerse  
80 por sí mismos”.  
81 Los abogados de la familia,  
82 Vittorio Angiolini y Giuseppe  
83 Campeis, explicaron que “se trata  
84 de una hipótesis constitucionalmente  
85 nunca antes vista en la Italia  
86 republicana, usar un decreto  
87 de urgencia para bloquear una  
88 sentencia jurisdiccional específica,  
89 no impugnabile y sometida a  
90 verificación judicial de todo tipo”.  
91 Entretanto, se supo también  
92 que la Fiscalía de Udine ha abierto  
93 una investigación entre los médicos,  
94 amigos y parientes de la  
95 mujer para tratar de aclarar dos  
96 cosas: si el protocolomédico decidido

97 es ajustado a lo que pide la  
98 sentencia, y averiguar si Englaro  
99 expresó o no, estando en plena  
100 posesión de sus facultades, su voluntad  
101 de no ser mantenida artificialmente  
102 con vida.  
103 Otra farsa muy italiana, puesto  
104 que el Supremo consideró ya  
105 probado que Englaro expresó esa  
106 voluntad tras haber visto a un  
107 amigo en la misma situación. En  
108 medio del dislate, las palabras del  
109 padre, Beppino Englaro, en un  
110 programa de la RAI, volvieron a  
111 sonar como una oda a la razón.  
112 “Cuando Eluana no esté con nosotros,  
113 volveré a una dimensión humana.  
114 He vivido en una dimensión  
115 inhumana. Mi hija ha sido  
116 violada, continuamente invadida  
117 en su cuerpo, objeto de una violencia  
118 que ella habría definido como  
119 inaudita, inconcebible e inaceptable”.  
120 Si a Berlusconi no se le  
121 ocurren más novedades, el protocolo  
122 de suspensión del tratamiento  
123 artificial comenzará hoy.

Documento 5.

EL PAÍS, domingo 2 de noviembre de 2008, página 35, por Miguel Mora.

### **Crisis al estilo Berlusconi**

1 Si Italia tiene una ventaja es  
2 que es un país donde todo el  
3 mundo habla y todo se publica  
4 a la velocidad del rayo. El  
5 amor al barullo supone un pequeño  
6 suplemento de estrés  
7 para los corresponsales, que  
8 muchos días vendemos a nuestros  
9 jefes una noticia a las diez  
10 de la mañana y a las tres de la  
11 tarde ya estamos llamando  
12 otra vez para matizar o dar  
13 marcha atrás. Eso pasa mucho  
14 con las declaraciones del primer  
15 ministro, Silvio Berlusconi,  
16 ese mago de la retórica que  
17 es capaz de afirmar una cosa  
18 con total rotundidad ante las  
19 cámaras de televisión para desmentirla  
20 con similar elegancia  
21 un par de horas más tarde si  
22 decide que lo dicho no ha caído  
23 tan bien como esperaba.  
24 Viene la cosa a cuento porque  
25 la crisis, vista desde Italia,  
26 está siendo una verdadera cascada

27 de revelaciones, noticias  
28 y desmentidos. En estas semanas,  
29 Berlusconi se ha dedicado  
30 a fondo a cabalgar el potro financiero.  
31 Ha viajado a Bruselas,  
32 a China, a Estados Unidos  
33 (ha tenido hasta tiempo para  
34 coger fuerzas en un *spa* de Umbría),  
35 y ha anticipado cada día  
36 respuestas, tendencias, posibles  
37 movimientos.  
38 Il Cavaliere fue el primero  
39 que habló de un posible cierre  
40 temporal de los mercados  
41 —para ser desmentido *ipso facto*  
42 nada menos que por la Casa  
43 Blanca, aunque luego le han secundado  
44 algunos premios  
45 Nobel—, el primero que avanzó  
46 que habrá que convocar un  
47 nuevo Bretton Woods y el primero  
48 que alertó de la entrada  
49 masiva de fondos soberanos  
50 árabes en las Bolsas europeas.  
51 Además de eso, ha tratado  
52 de calmar el pánico con un par  
53 de frases categóricas (“la crisis  
54 no afectará a la economía  
55 real”, “el dinero está más seguro  
56 en nuestros bancos que debajo  
57 el colchón”) y ha ejercido  
58 incluso de *broker* ocasional,  
59 animando a la gente a comprar  
60 acciones de Eni y Enel  
61 “ahora que están muy por debajo  
62 de su precio real”. Sin perder  
63 la sonrisa, ha llegado a reunirse  
64 de noche con su equipo  
65 económico para preparar el  
66 plan de capitalización de los  
67 bancos, para asegurar enseguida  
68 que no hará falta utilizarlo  
69 porque Italia tiene el sector  
70 más sólido de Europa.  
71 “El Fondo Monetario ha fracasado”,  
72 ha afirmado en Pekín.  
73 “Y ahora le toca al G-20”.  
74 A falta de que el tiempo dé  
75 o quite la razón al Cavaliere,  
76 quizá sea necesario recordar  
77 que la economía italiana sigue  
78 estando en el G-8 y exportando  
79 como nadie en Europa. Apenas  
80 crece desde hace 10 años,  
81 tiene la tercera deuda pública  
82 más alta del mundo, paga los  
83 impuestos más caros de Europa,  
84 luce el mayor índice de evasión  
85 fiscal de la UE (100.000

86 millones de euros anuales) y  
87 tiene un 20% de la economía  
88 sumergida. Pero la nave va.  
89 Por si fuera poco, Interior  
90 calcula que la facturación de  
91 la N'drangheta, la mafia calabresa,  
92 alcanzó los 40.000 millones  
93 de euros en 2007: tres  
94 puntos del PIB. Sumando Camorra,  
95 Cosa Nostra y Sacra  
96 Corona Unita, 9 puntos.  
97 Entretanto, la vida sigue.  
98 Un informe de Cáritas señala  
99 que hay 15 millones de personas  
100 en Italia viviendo por debajo  
101 o muy poco por encima del  
102 umbral de la pobreza, con 550  
103 euros al mes. Según el FMI, Italia  
104 está en recesión. Perderá este  
105 año un 0,2% del PIB y medio  
106 punto el año que viene.  
107 Pero todo eso parecen *peanuts*  
108 para el *bel paese* que pinta  
109 el Cavaliere. A su lado, Zapatero  
110 es un depresivo. Disfrutemos  
111 de esa manera pícaro y  
112 optimista de ver las cosas. ¿O  
113 acaso no es verdad que Italia  
114 da lo mejor de sí misma en los  
115 peores momentos?

Documento 6.

El País, lunes 23 de marzo de 2009, por Miguel Mora

#### DESAYUNO CON... MARCO TRAVAGLIO

*"Berlusconi ha impuesto su escala de desvalores"*

1 Marco Travaglio vive en Turín,  
2 pero todos los jueves baja a Roma  
3 para participar en *Anno Zero*,  
4 un espacio de debate político en  
5 RAI 3. Hemos quedado a la mañana  
6 siguiente en el hotel donde se  
7 suele alojar, barrio de Prati, y el  
8 periodista más crítico de Italia  
9 aparece en recepción con cara  
10 de sueño y ese fino cuarto de hora  
11 de retraso que impone la etiqueta  
12 del país.  
13 Tras pagar la cuenta, agarra  
14 un par de periódicos, pide el desayuno  
15 y salimos a la terraza.  
16 Con un café solo y un par de  
17 cruasanes, se despierta del todo  
18 y comienza a hacer lo que mejor  
19 hace: meter el bisturí a la siempre  
20 confusa realidad política italiana.  
21 Una realidad teatral,  
22 irreal e hipermediática, cuenta,

23 “el reino de la superficialidad y  
24 del embuste”.  
25 La culpa, a su juicio, es sobre  
26 todo “de los periódicos, que imitan  
27 a la televisión y tratan de  
28 competir en banalidad poniendo  
29 en juego un sistema muy sofisticado,  
30 estudiado para que todo se  
31 olvide, como una trituradora.  
32 Las polémicas sólo duran 24 horas,  
33 luego pasan. Si un político  
34 hace un chiste, se da el chiste en  
35 vez del argumento. Si no hay chiste,  
36 no se da tampoco el razonamiento.  
37 Dicen que el problema  
38 de los periódicos es el papel, pero  
39 el problema es lo que pone en  
40 el papel”. Licenciado en Historia  
41 Contemporánea, Travaglio, de  
42 44 años, fue discípulo de Indro  
43 Montanelli en *Il Giornale* durante  
44 siete años. Hoy firma una columna  
45 diaria en *L’Unità* y cuelga  
46 cada lunes un vídeo (*Pasapalabra*)  
47 en el *blog* antipolítico de Beppe  
48 Grillo. Para contar las verdades  
49 incómodas al país utiliza un  
50 estilo más que turinés, gélido,  
51 que se parece a él. No mueve ni  
52 una ceja ni levanta la voz.  
53 Con Italia enredada entre los  
54 chistes de Il Cavaliere y la retórica  
55 vaga de una izquierda oxidada,  
56 su periodismo de precisión se ha  
57 convertido en una rareza, en una  
58 forma de rebelión. Quizá por eso  
59 lleva hechas 80 funciones de un  
60 espectáculo teatral, *Promemoria*,  
61 en el que desmenuza la tragicómica  
62 historia reciente del país en  
63 tres horas y cuarto de monólogo.  
64 A base sólo de archivo y una  
65 ironía feroz, Travaglio hace pensar  
66 y gozar a un público que sale  
67 del teatro en trance, como el que  
68 ha visto la luz. “No es mérito  
69 mío”, dice. “En Italia el pasado  
70 no existe. Por eso cuando cuentas  
71 lo que pasó hace sólo dos  
72 años resulta revolucionario, y la  
73 gente te mira como a un loco”.  
74 Denunciado “30 o 40 veces” por  
75 difamación en los tribunales civiles  
76 por Berlusconi y sus adláteres,  
77 aunque no ha sido condenado  
78 aún por la vía penal, acaba de  
79 ganar el Premio a la Libertad de  
80 Prensa de la Asociación de Periodistas  
81 Alemanes, por su “coraje y



82 sentido crítico". Acaba de reeditar  
83 su libro La desaparición de los  
84 hechos, subtítulo Se ruega abolir  
85 las noticias para no molestar a  
86 *las opiniones*, en el que fustiga a  
87 los medios.  
88 El avión de Turín se va en una  
89 hora, la cita se acaba, le esperan  
90 sus dos hijos. Antes de despedirse,  
91 Travaglio explica cómo Berlusconi  
92 ha sustituido a Andreotti  
93 como el gran intocable. "Controla  
94 casi todos los diarios, la televisión,  
95 la publicidad o el cine. Por  
96 eso se entiende Italia mejor fuera  
97 que dentro. Nos ha impuesto su  
98 involución cultural, su escala de  
99 desvalores y su forma de vida".  
100 En ese momento pasa un joven,  
101 se para a escuchar y dice:  
102 "Totalmente de acuerdo. Déle duro"

Documento 7.

EL PAÍS, viernes 12 de diciembre de 2008, página 32, por Soledad Calés.

EL ACENTO

### ¿Censura homófoba en Italia?

1 Crece la homofobia  
2 en Italia, a lo que  
3 puede que no sea del  
4 todo ajeno el Vaticano,  
5 muy atento a torpedear  
6 lo que suene a  
7 legalización de  
8 matrimonios entre  
9 personas del mismo  
10 sexo. Y así, el *western*  
11 de Ang Lee (2005)  
12 Brokeback Mountain,  
13 mundialmente famoso  
14 por sus escenas de  
15 amor homosexual entre  
16 dos *cowboys*, ha sido  
17 exhibido por la  
18 televisión pública RAI  
19 Due con la supresión de  
20 un beso entre los  
21 protagonistas, Heath  
22 Ledger —que se suicidó  
23 recientemente— y Jake  
24 Gyllenhaal, y una  
25 escena sexual en una  
26 tienda de campaña.  
27 Todo fue un error,  
28 dicen en la cadena,  
29 hubo una confusión de  
30 copias, y aseguran que  
31 la cinta se pasará de

32 nuevo sin cortes. Pero  
33 los espectadores saben  
34 lo rica que es la RAI en  
35 biografías papales y  
36 otros edificantes  
37 ejercicios.  
38 El *western*, pese a su  
39 ostentosa exhibición de  
40 virilidad, o puede que  
41 por ella, ha sido  
42 sensible aunque de  
43 tapadillo al fenómeno  
44 del amor homosexual.  
45 Si es cierto que costaría  
46 imaginar a John Wayne  
47 enamorado de Lee  
48 Marvin en El hombre  
49 que mató a Liberty  
50 *Valance*, no lo es menos  
51 que el amor, en  
52 apariencia platónico, de  
53 Anthony Quinn por  
54 Henry Fonda en *El*  
55 hombre de las pistolas  
56 *de oro* es casi explícito.  
57 El colectivo gay  
58 italiano ha puesto  
59 el grito en el cielo  
60 —nunca mejor dicho  
61 por lo que concierne al  
62 Vaticano— porque,  
63 además, una escena de  
64 amor heterosexual  
65 había sido santamente  
66 respetada. La película  
67 fue programada en su  
68 integridad y calificada  
69 como apta para  
70 mayores de 14 años, sin  
71 que se produjera  
72 conmoción moralizante  
73 alguna: pero se ve que  
74 ponerla al alcance de  
75 todos los televidentes es  
76 harina de otro costal,  
77 negando con ello el  
78 derecho de los padres o  
79 responsables del hogar  
80 a decidir qué debe ser  
81 apto o no para todos  
82 los públicos.  
83 Habrá una pregunta  
84 parlamentaria de  
85 la izquierda, mientras  
86 que la prensa afecta al  
87 jefe de Gobierno, el  
88 derechista Silvio  
89 Berlusconi, siempre  
90 atento con la Santa

91 Sede, despachaba  
92 el caso como una  
93 protesta más de lo  
94 políticamente  
95 correcto. Que  
96 nadie se rasgue  
97 las vestiduras. La  
98 censura británica  
99 cortó las escenas  
100 de amor en  
101 Casablanca en  
102 1942, entre Ingrid  
103 Bergman y  
104 Humphrey Bogart,  
105 porque aquello  
106 era todo un  
107 adulterio.

Documento 8.

EL PAÍS, viernes 27 de marzo de 2009, página 2, por Miguel Mora.

### **Berlusconi acapara en sus manos el poder en la derecha italiana**

*La populista Forza Italia del primer ministro y la posfascista Alianza Nacional de Fini se funden en el I Congreso del Pueblo de la Libertad*

1 Todo está listo para la coronación  
2 de Silvio Berlusconi como emperador  
3 de la derecha italiana. La  
4 desangelada Feria de Roma es un  
5 trajín continuo de operarios colocando  
6 sillas azules y pantallas de  
7 plasma. Los *coroneles* velan armas  
8 y sueñan con pescar algunos  
9 de los puestos clave que la construcción  
10 del partido único dejará  
11 libres. El I Congreso del Pueblo  
12 de la Libertad, también conocido  
13 como el Partido de los Italianos,  
14 funde este fin de semana las fuerzas  
15 de Forza Italia y la posfascista  
16 Alianza Nacional.  
17 La fiesta de Il Cavaliere, que  
18 durará hasta el domingo, tiene  
19 un gran componente simbólico.  
20 Quedan atrás 15 años de querellas  
21 internas y pluripartidismo, la  
22 oposición se desangra en sus guerras  
23 internas, y el magnate milanés  
24 de la comunicación y el entretenimiento  
25 ve, a sus 72 años, casi  
26 cumplido un proyecto hegemónico  
27 al que sólo le falta la guinda de  
28 la presidencia de la República.  
29 Hoy, incluso sus enemigos acérrimos  
30 reconocen a Berlusconi  
31 sus méritos. Italia se ha rendido a  
32 su idea cultural (o acultural); su  
33 control mediático es incontestable;  
34 la inmunidad judicial está garantizada

35 de por vida gracias a la  
36 Ley Alfano aprobada en el albor  
37 de la legislatura; su popularidad  
38 sigue siendo desbordante (en torno  
39 al 55%), y mantiene un olfato  
40 único para interpretar el talante  
41 pícaro y la anárquica genética de  
42 sus compatriotas.  
43 El fin de semana será sonado.  
44 Il Cavaliere paga, decide e invita.  
45 Abre hoy la reunión con un discurso,  
46 la cierra el domingo con  
47 otro. Según sus adláteres, ha supervisado  
48 cada detalle. El tamaño  
49 del palco, el menú que se servirá,  
50 la lista de los 120 dirigentes, los  
51 estatutos diseñados por su abogado,  
52 Nicoló Ghedini.  
53 Calentando motores y sin disimular  
54 la euforia, ayer volvió a  
55 arrasar. Hizo un chistecillo sobre  
56 Barack Obama (“yo soy más pálido,  
57 hace mucho que no tomo el  
58 sol”) e incluso se peleó un poco  
59 (quizá para reconciliarse hoy mejor),  
60 con el que debería ser su número  
61 dos, Gianfranco Fini, presidente  
62 de la Cámara de Diputados  
63 y ex líder de Alianza Nacional.  
64 “¿Los diputados? Están ahí haciendo  
65 bulto y votando enmiendas  
66 de las cuales no saben nada.  
67 Es un sistema lento y torpe, hay  
68 que acabar con él”, dijo. “La democracia  
69 parlamentaria tiene procedimientos  
70 y reglas que deben ser  
71 respetados por todos, en primer  
72 lugar, por el jefe de Gobierno. Se  
73 pueden cambiar, pero no reírse  
74 de ellas”, le reconvino Fini.  
75 La representación de la farsa  
76 entre los gallos del corral, que tanto  
77 gusta por estos lares, no esconde  
78 algunos secretos muy mal  
79 guardados. Llegados a este punto  
80 y a esta edad, Berlusconi tiene  
81 realmente prisa, y ve el Parlamento  
82 y la arquitectura institucional  
83 como un estorbo que lentifica y  
84 dificulta su acción de Gobierno.  
85 Quiere tener las manos libres sobre  
86 cada tema, dice la oposición,  
87 “le pierde la pulsión autoritaria”.  
88 Pero tras ese discurso anti casta  
89 (popular porque la gente sabe  
90 que un parlamentario italiano  
91 puede llegar a ganar 19.000 euros  
92 al mes), hay un reto directo. Berlusconi  
93 sabe que ya ni siquiera

94 los generales de Fini discuten su  
95 liderazgo en el nuevo partido,  
96 ideado por él precisamente con  
97 ese fin.  
98 Vísperas amenas, que lo son  
99 más porque ayer salió de un hondo  
100 silencio Marcello Dell' Utri, viejo  
101 y fiel secretario de Il Cavaliere  
102 desde los tiempos en que contrató  
103 para la Villa de Arcore a un  
104 paisano siciliano, por más señas  
105 capo de la Cosa Nostra, llamado  
106 Vittorio Mangano. Condenado en  
107 primer grado por concurso externo  
108 en asociación mafiosa, y en firme  
109 por fraude fiscal, Dell'Utri recordó  
110 en Il Corriere della Sera que  
111 él fue el "entrenador y preparador  
112 físico del equipo Forza Italia"  
113 que saltó al campo político en  
114 1993.  
115 Hoy, en Roma, se conmoverá  
116 seguro, asegura, pero no tanto como  
117 Berlusconi: "Él ha puesto el  
118 corazón. Tiene en la cabeza el  
119 bien del país, el prestigio de Italia  
120 en el mundo. Ése es su objetivo. Y  
121 el que está, está. Si le hubiesen  
122 tendido la mano del otro lado, la  
123 habría estrechado. No lo hicieron.  
124 Y va adelante solo".

Documento 9.

EL PAÍS, domingo 11 de enero de 2009, página 7, por Miguel Mora.

**"Tengo secretos de Estado, pero me los llevaré al paraíso"**

*El ex primer ministro de Italia Giulio Andreotti se confiesa a los 90 años*

1 Siete veces primer ministro, ocho  
2 ministro de Defensa y cinco de Exteriores,  
3 procesado por asociación mafiosa  
4 y homicidio (absuelto  
5 por prescripción), hombre beato  
6 como pocos, Giulio Andreotti,  
7 más conocido como *Belcebú*, es  
8 historia viva de la política italiana,  
9 que dominó como quiso con  
10 sus formas melifluas y sus crípticos  
11 juegos de palabras (más el  
12 apoyo del Vaticano, la Cosa Nostra  
13 y EE UU) durante medio siglo.  
14 Senador vitalicio todavía en activo,  
15 el gran pope de la extinta  
16 Democracia Cristiana sigue pareciéndose  
17 mucho al protagonista  
18 de *Il Divo*, la terrorífica biografía cómica  
19 de Paolo Sorrentino. No es  
20 raro verle en el coche oficial desplazándose  
21 sin ruido por las calles

22 de Roma, y sigue yendo a misa  
23 cada día a las siete de mañana  
24 en el centro. Allí reza un rato y  
25 se encuentra con algunos seguidores  
26 fieles, que hacen cola para  
27 charlar unos minutos con él y recibir  
28 su óbolo.  
29 El miércoles, ese curtido superviviente  
30 de la Primera República  
31 italiana que es don Giulio  
32 cumplirá 90 años de sarcasmos,  
33 clientelismo, sangre de Estado, olfato,  
34 política de campanario, pactos  
35 con el diablo y perfidia, y para  
36 celebrarlo ha rechazado que le hagan  
37 una fiesta —“esperaré a cumplir  
38 los 100” — y ha declarado a *La*  
39 *Repubblica*: “Conozco algunos secretos  
40 de Estado, pero me los llevaré  
41 al paraíso. Nunca me ha gustado  
42 la política espectáculo”.  
43 “¿Así que Belcebú acabará en  
44 el paraíso?”, le preguntó lleno de  
45 coraje el entrevistador, Goffredo  
46 de Marchis: “Pienso realmente  
47 que sí. Pero por la bondad de  
48 Dios, no porque me lo merezca  
49 yo”. Andreotti nació en Roma el  
50 14 de enero de 1919, pero sigue  
51 en buena forma y con la cabeza  
52 en su sitio. El Papa, Benedicto  
53 XVI, se lo dijo hace poco: “Me lo  
54 encontré unos días atrás, en el  
55 cumpleaños del padre Busa [95  
56 años]. Se acerca y me dice: ‘Usted  
57 no envejece nunca’.  
58 De ser tan odiado y atacado, y  
59 a la vez tan admirado y protegido,  
60 Andreotti ha llegado a ese punto  
61 de la vida en que la gente casi se  
62 olvida de lo que fue, lo que supuso  
63 y lo que hizo, y se siente casi  
64 inclinada a probar por él ternura  
65 y piedad, dos sentimientos que,  
66 según dijo alguna vez, él solo sintió  
67 cuando Aldo Moro fue asesinado  
68 (con la inestimable colaboración  
69 de su partido).  
70 Echando la vista atrás estos  
71 días, Andreotti ha recordado su  
72 infancia. Lo que aparentemente  
73 confirma que él también fue niño  
74 alguna vez. “Mi padre murió  
75 cuando yo tenía dos años. Pero  
76 mi madre fue una mujer muy capaz,  
77 y crió tres hijos con la pensión  
78 de guerra, es decir, cuatro  
79 cuartos. Y, sin embargo, nunca  
80 nos faltó de nada. Crecimos con

81 una cierta parsimonia. Eso tampoco  
82 nos faltó, y es una cosa bonita.  
83 Si luego la vida te da más,  
84 bien; de otro modo te acostumbras.  
85 Yo todavía soy parsimonioso".  
86 A su mujer, Livia, le prometió  
87 que se retiraría a los 60, en  
88 1979. "Son esas promesas que se  
89 hacen. Livia al principio se quejó,  
90 luego ya no. Mi vida es así, no  
91 puedo cambiarla". Ahora añora  
92 los viejos y buenos tiempos, cuando  
93 la política se hacía en la calle:  
94 "Los primeros años era un *globetrotter*,  
95 conocía todos los ayuntamientos  
96 de mi colegio electoral,  
97 el Lazio, nunca dormía en casa  
98 un sábado. Es cansado, pero te  
99 mantiene vivo. Me gustaba el contacto  
100 con la gente. Hacerse una  
101 idea de los problemas sobre el papel,  
102 en una oficina o, peor aún, en  
103 televisión no es política, sino un  
104 teorema matemático".  
105 Pero eso no quiere decir que  
106 no esté al día. El triunfo de Barack  
107 Obama le parece un "cambio  
108 histórico" y le disgusta "que  
109 se subraye el aspecto racial, como  
110 si fuese una rareza". Silvio Berlusconi  
111 le parece "un hombre que  
112 vale, quizá afortunado, pero capaz",  
113 y como político cree que va  
114 mejorando: "Al principio cometía  
115 un grandísimo error. Decía: vosotros  
116 los políticos... ¿Y él qué era?".  
117 Cuando le recuerdan que un  
118 día fue el hombre más poderoso  
119 de Italia, mira para otro lado.  
120 "Qué va. Como máximo podía ser  
121 un vasallito. Digamos que me iba  
122 bien en mi circunscripción. Y eso  
123 porque me ocupaba de la mañana  
124 a la noche. Nadie me regaló  
125 nada. Si no fuese senador vitalicio,  
126 la gente me seguiría votando.  
127 Todavía salgo bastante. Rara vez  
128 estoy en casa por la noche".  
129 Sólo un reproche: el juicio.  
130 "Cuando me acuerdo, siento una  
131 rabia incontrolable. Estar bajo tiro  
132 por cosas que has hecho, pase.  
133 Pero así no. Usaron los procesos  
134 para dejarme fuera de juego políticamente.  
135 Fue un momento de  
136 política muy mala".

Documento 10.

EL PAÍS, lunes 11 de mayo de 2009, página 5, por Mónica Andrade.

### **Berlusconi advierte que no tolerará una “Italia multiétnica”**

*“No abriremos la puerta a todos”, dice el primer ministro*

1 Las fuertes críticas de la ONU y  
2 del Vaticano a la nueva política  
3 de inmigración emprendida por  
4 el Gobierno italiano no van a  
5 conseguir cambiar la decisión  
6 de devolver a su punto de origen  
7 a los inmigrantes interceptados  
8 en aguas internacionales. Berlusconi  
9 se ha mostrado rotundo y  
10 ha dicho que no quiere una “Italia  
11 multiétnica”. “No vamos a  
12 abrir la puerta a todos como ha  
13 hecho la izquierda, que tiene la  
14 idea de una sociedad multiétnica.  
15 Nosotros no, sólo queremos  
16 acoger a quienes reúnen las condiciones  
17 para obtener asilo político”,  
18 ha dicho.  
19 Según la agencia de la ONU  
20 para los refugiados, el 75% de los  
21 inmigrantes que llegan a Italia  
22 piden derecho de asilo y el 50%  
23 de ellos lo obtiene. Las ONG denuncian  
24 la imposibilidad de establecer  
25 quiénes tienen ese derecho  
26 cuando se hayan en alta  
27 mar.  
28 Italia ha rechazado a más de  
29 500 inmigrantes que viajaban a  
30 bordo de seis embarcaciones hacia  
31 las costas europeas en los últimos  
32 cinco días, según informó  
33 ayer el Ministerio del Interior.  
34 Los obispos italianos atacan la  
35 mano dura del Gobierno y desmienten  
36 la idea de Berlusconi.  
37 “Italia es ya multiétnica y el Gobierno  
38 debería darse cuenta”, ha  
39 dicho Marianno Crociata, secretario  
40 general de la Conferencia  
41 Episcopal.  
42 A quienes más han gustado  
43 las últimas declaraciones de Berlusconi  
44 es a sus socios de la Liga  
45 del Norte. Umberto Bossi, el secretario  
46 general, se felicita de  
47 que la línea del Gobierno “sea la  
48 de la Liga” y de los resultados  
49 que está consiguiendo el “proselitismo  
50 de su partido”. El ministro  
51 del Interior, Roberto Maroni,  
52 también liguista, se muestra gratamente  
53 sorprendido y propone  
54 irónico “darle enseguida el carnet



55 del partido".  
56 Desde la oposición, sin embargo,  
57 arrecian las protestas. Para  
58 el líder del Partido Demócrata,  
59 Dario Franceschini, las palabras  
60 de Berlusconi intentan distraer  
61 "para cubrir su fracaso en política  
62 de inmigración y sus embarazosos  
63 asuntos personales, por  
64 no hablar de la crisis o de la distancia  
65 entre las promesas que  
66 ha hecho en los Abruzzo y lo que  
67 realmente está ocurriendo".  
68 Dura fue también la reacción  
69 de la diputada del PD Giovanna  
70 Melandri, quien defiende una  
71 Italia "multiétnica, pluralista, libre;  
72 un país en el que no cuente  
73 el color de la piel, la raza o la  
74 religión sino la honestidad y la  
75 sinceridad de corazón". Otra  
76 diputada del PD, Federica Morgherini,  
77 recuerda que el mundo  
78 es multiétnico, "al igual que ciudades  
79 como Nueva York, Londres  
80 o París, el propio presidente  
81 de Estados Unidos y el Milan,  
82 equipo de fútbol, propiedad de  
83 Berlusconi".  
84 "Las deportaciones y las patrullas  
85 urbanas devuelven a Italia  
86 al tiempo del neofascismo",  
87 ha dicho Leoluca Orlando, de Italia  
88 de los Valores. Para Refundación  
89 Comunista, las palabras de  
90 Berlusconi son "manifiestamente  
91 xenófobas y discriminatorias".

Documento 11.

EL PAÍS, martes 21 de abril de 2009, página 51, por Miguel Mora.

**"¡No hay italianos negros!"**

*El Juventus, castigado con un partido a puerta cerrada por gritos racistas contra el interista Balotelli, internacional 'azzurro'*

1 "¡Negro de mierda, sólo eres un  
2 negro de mierda!". "¡No existen  
3 italianos negros!". "¡Muere, Balotelli!".  
4 Esta vez no era un grupillo  
5 de descerebrados el que gritaba.  
6 Esta vez era todo un estadio. O  
7 casi todo. Y nadie hizo nada por  
8 acallar los gritos. El árbitro no paró  
9 el partido. El Juventus no movió  
10 un dedo para aplacar el disparate.  
11 El Inter no defendió a su jugador  
12 yéndose al vestuario. Ocurrió  
13 el sábado, en el Olímpico de  
14 Turín.

15 Ayer, el juez deportivo italiano,  
16 Gianpaolo Tosel, cerró el campo  
17 de *la Juve* por un partido. Su  
18 relato de lo que ocurrió es éste:  
19 “En el curso del partido, en múltiples  
20 ocasiones (y con particular  
21 referencia en los minutos 4, 26,  
22 35, 41 y 42 del primer tiempo y 11,  
23 19, 22, 25 y 30 del segundo), aficionados  
24 del equipo local, en varios  
25 sectores, entonaron coros que  
26 constituyen expresión de discriminación  
27 racial contra un jugador  
28 del equipo contrario”.  
29 Durante esos “coros de especial  
30 gravedad”, anota el juez, “repetidos  
31 con pertinaz reiteración”,  
32 fue ostensible “la ausencia de  
33 cualquier manifestación disociativa  
34 por parte de otros aficionados”  
35 y “no se dio tampoco ninguna intervención  
36 disuasoria por parte  
37 del club”.  
38 Irónicamente, el objetivo de  
39 los cantos racistas de la afición  
40 juventina era el mayor talento joven  
41 del fútbol italiano. Se llama  
42 Mario Ballotelli, tiene 18 años, mide  
43 1,88 metros, nació en Palermo  
44 el 12 de agosto de 1990 y calza un  
45 45. Es internacional sub 21 y titular  
46 indiscutible para José Mourinho  
47 en el Inter. Desde su etapa  
48 juvenil, todos decían que sería un  
49 *crack*. Lo es. Y, aunque los *tifosi*  
50 de *la Juve* gritaban que no hay  
51 italianos negros, es la excepción  
52 que confirma la regla. Negro e italiano  
53 de pleno derecho. Eso sí, se  
54 trata de un caso casi único.  
55 Su historia es conocida y se remonta  
56 al principio de la inmigración  
57 africana hacia Italia. Sus padres  
58 llegaron a Sicilia desde Ghana  
59 en 1988. Mario nació poco después.  
60 Estaba enfermo, tenía una  
61 malformación en el intestino, fue  
62 operado y pasó su primer año en  
63 el hospital. La familia se trasladó  
64 entonces desde Palermo hasta Bagolo  
65 Mella, un pueblo lombardo  
66 cercano a Brescia, pero las cosas  
67 no mejoraron. Compartían una  
68 habitación húmeda con otros africanos  
69 y seguían tan pobres como  
70 en África. Aconsejado por los servicios  
71 sociales, su padre, Thomas  
72 Barwuah, decidió dar al pequeño  
73 Mario en adopción a la familia Balotelli.

74 El 12 agosto de 2008, Balotelli  
75 cumplió 18 años. Ese mismo día,  
76 el alcalde del pueblo donde vive  
77 la familia se hizo la foto con él y le  
78 entregó el certificado de nacionalidad  
79 italiana. Realmente, un privilegio,  
80 ya que otro medio millón  
81 de extracomunitarios nacidos en  
82 Italia no tienen derecho a la ciudadanía  
83 italiana. Según la ley en vigor,  
84 sólo son italianos los que tienen  
85 sangre italiana, y no siempre,  
86 porque también hay distinción entre  
87 hombres y mujeres a la hora  
88 de aplicar el principio del *ius sanguinis*.  
89 Los extranjeros que hayan nacido  
90 en Italia, según la Ley de Inmigración  
91 Bossi-Fini, sólo pueden  
92 quedarse en el país al cumplir  
93 los 18 años por razones de  
94 reagrupamiento familiar o si tienen  
95 un permiso de trabajo o de  
96 estudios. Los demás, en teoría, no  
97 pueden quedarse porque no son  
98 italianos. Están en el limbo y son  
99 tratados como ciudadanos de segunda  
100 en el país donde nacieron,  
101 estudiaron y crecieron.  
102 Pero ya se sabe que los futbolistas  
103 son diferentes y por eso Balotelli,  
104 igual que Stefano Okaka, delantero  
105 centro del Roma, fue nacionalizado  
106 de forma automática.  
107 A muchos italianos  
108 que no son del Inter  
109 les debió de parecer  
110 mal. Los gritos racistas  
111 contra él son  
112 frecuentes cuando el  
113 equipo, que lidera la  
114 Liga con suficiencia,  
115 juega fuera de casa.  
116 Balotelli tiene fama  
117 de no arrugarse y de  
118 responder con goles y  
119 un punto de chulería  
120 a las provocaciones  
121 del público y los jugadores  
122 contrarios.  
123 El sábado, cuando  
124 ya había explotado el  
125 fervor racista, marcó  
126 el gol del Inter. Ayer,  
127 Massimo Moratti, petrolero  
128 y presidente  
129 del club, dijo que, si él  
130 hubiera estado en Turín,  
131 habría retirado al  
132 equipo. El Juventus

133 ha pedido disculpas.  
134 El árbitro estaba disculpado  
135 porque el reglamento  
136 sólo obliga  
137 a detener los partidos  
138 si hay pancartas racistas,  
139 no cuando hay gritos.  
140 La federación dijo ayer que  
141 cambiará el reglamento y que desde  
142 ahora los partidos se podrán  
143 parar no sólo por pancartas, sino  
144 también por gritos. Su presidente,  
145 Giancarlo Abete, expresó su firme  
146 condena a lo sucedido, dejó  
147 caer que Balotelli no respeta suficientemente  
148 a los contrarios y  
149 concluyó: "Italia no es la hez del  
150 mundo".

Documento 12.

EL PAÍS, jueves 3 de abril de 2008, página 6, por Miguel Mora.

### **Italia no es país para jóvenes**

1 Con más contratos temporales que hijos y los salarios más bajos de la eurozona, los 'mileuristas' italianos  
2 serán una de las claves de las elecciones  
3 Sus historias se parecen: tienen  
4 entre 22 y 36 años, ganan entre  
5 500 y 1.200 euros, no tienen derechos,  
6 vacaciones, ni coche, no viajan  
7 al extranjero, apenas compran  
8 libros o van al teatro,  
9 muchos estudiaron una carrera  
10 pero trabajan en lo que sale. Y la  
11 mayoría dice que no sabe a  
12 quién votará o ha decidido no hacerlo.  
13 Son los precarios italianos, la  
14 energía nueva del país, su esperanza.  
15 Escucharlos es zambullirse  
16 en la desolación, la explotación,  
17 la rabia. Están "desilusionados",  
18 "machacados", "resignados",  
19 cansados de "una política  
20 vieja que no deja paso a nadie",  
21 unos "sindicatos falsos y corporativos",  
22 y unos "empresarios explotadores  
23 e impunes". Rebelados  
24 por la falta de alternativas, la  
25 mayoría se declara dispuesta a  
26 emigrar.  
27 Decididamente, la vieja y bella  
28 Italia no es un país para jóvenes.  
29 Los sondeos dicen que van a  
30 votar mayoritariamente a Berlusconi,  
31 que el voto a la derecha crece  
32 cuanto más joven y más pobre.  
33 Resulta misterioso, porque  
34 después de hablar con unos 50  
35 precarios de Milán, Nápoles, Roma,

36 Perugia y Cagliari, ninguno  
37 admite votar al PDL.  
38 Eleonora, romana de 27 años,  
39 licenciada en *marketing* y “muy  
40 parada”, voluntaria en la lista de  
41 Francisco Rutelli a la alcaldía de  
42 Roma, cuenta que tiene una amiga  
43 que “vota a Berlusca”. “Es que  
44 gana 1.500 euros”, aclara riendo,  
45 “no está de moda como yo, ella  
46 no es precaria”.

47 Palabras santas, Toda la vida  
48 *por delante*. Dos títulos cinematográficos  
49 confirman que la precariedad  
50 está de moda. El segundo  
51 es una comedia negra de Paolo  
52 Virzì que se acaba de estrenar.  
53 *Parole sante* es un demoledor documental,  
54 realizado en 2007 por  
55 Ascanio Celestini con los protagonistas  
56 de la primera (y última)  
57 revuelta de los precarios que trabajaban  
58 en Atesia, el *call center*  
59 más grande de Italia y el octavo  
60 del mundo (300.000 llamadas  
61 diarias).

62 Uno de los miembros de ese  
63 colectivo es Christian. Tiene 36  
64 años, se licenció en Sociología,  
65 habla tres idiomas y trabajó seis  
66 años como operador en Atesia.  
67 Hoy está en paro. “Dejé el trabajo  
68 y no encuentro otro. Después  
69 de la rebelión, en marzo nos ofrecieron  
70 un contrato fijo de 550 euros  
71 por cuatro horas diarias si  
72 renunciábamos a todos los derechos.  
73 Preferí irme”.

74 Con él están Maurizio, de 29  
75 años, que sí firmó y ya lleva seis  
76 años en la empresa. Y Rosanna,  
77 que después de tres años ha dejado  
78 la polémica sociedad, participada  
79 por Almviva y Telecom (socio  
80 italiano de Telefónica): “No  
81 teníamos libranzas, seguro, maternidad,  
82 vacaciones. Firmar significaba  
83 ganar 550 euros para  
84 siempre”, explica.

85 El gran *call center*, situado en  
86 Cinecittá, ocupa a 3.300 trabajadores.  
87 “Cuando abrió, a finales  
88 de los noventa, éramos 6.000. Pagábamos  
89 un alquiler por usar las  
90 cabinas”, recuerda Christian, “y  
91 cobrábamos a comisión, por una  
92 llamada de 2,40 minutos te daban  
93 80 céntimos. Si no llamaba  
94 nadie no cobrabas, y si llamada

95 duraba 10 minutos, te daban  
96 igual 80 céntimos”.

97 Todo ilegal, según la inspección  
98 de trabajo, que consideró ficticia  
99 la figura del colaborador autónomo,  
100 un truco de la empresa  
101 para evadir impuestos por valor  
102 de cientos de millones. “Telecom  
103 recurrió, la izquierda impuso los  
104 llamados contratos *cococó* (colaborador  
105 coordinado y continuado),  
106 luego llegó la derecha, promulgó  
107 la Ley 30 y santificó que  
108 éramos autónomos: cero derechos”,  
109 dice Maurizio.

110 El colectivo denunció, hizo  
111 huelgas y manifestaciones. No  
112 las suficientes. “Cuando la izquierda  
113 volvió al poder, condonó  
114 la deuda a Atesia”, dice Christian.  
115 “Los sindicatos firmaron.  
116 La empresa se ahorró el dinero,  
117 despidieron a mil personas y nos  
118 ofrecieron volver con peores condiciones.  
119 Fin de la historia”.

120 El caso es la punta de un  
121 iceberg silencioso y masivo. Italia  
122 tiene más contratos temporales  
123 que fijos, los salarios más  
124 bajos de la zona euro, el récord  
125 europeo de evasión fiscal. Más  
126 de cuatro millones de personas  
127 trabajan en negro o en situación  
128 irregular, y la economía subterránea  
129 genera el 17% del PIB, según  
130 los sindicatos. La precariedad alcanza  
131 a todos los sectores y edades:  
132 comunicación, agricultura,  
133 construcción, ayuda social, sanidad,  
134 universidad, administraciones  
135 públicas, comercios.

136 Los precarios no tienen sindicatos,  
137 son carne de cañón, mano  
138 de obra europea y cualificada a  
139 precios del Tercer Mundo. Gente  
140 sin presente, atada a trabajos  
141 parcos, a una vida parca. Maurizio:  
142 “Otros países reaccionan,  
143 aquí estamos *rincoglioniti* [atontados]”.

144 Christian: “La izquierda  
145 y la derecha han puesto a las  
146 empresas por encima de las  
147 personas. Trabajas, pero vives  
148 bajo el nivel de la pobreza. Para  
149 competir, percibes al de al lado  
150 como un rival. Nuestro colectivo,  
151 en su momento álgido, tuvo 100  
152 personas. Y ha sido el más significativo”.

153 “La cosa está para pedir asilo

154 político”, resume Rosanna, licenciada  
155 en Psicología clínica, precaria  
156 doble por ser mujer. “A los 33  
157 años comparto piso, no puedo tener  
158 hijos, viajar es una fantasía,  
159 sólo voy a Nápoles a ver a mis  
160 padres. Estoy rodeada de mediocridad,  
161 metida en la gran  
162 trampa del no pensamiento. Y  
163 todos son cómplices de esto: las  
164 mafias, la Iglesia, los empresarios,  
165 los políticos de la bella retórica”.  
166 Hay muchas historias parecidas:  
167 Giulia, arquitecta; Alessia,  
168 secretaria; Ottavia, actriz; Melania,  
169 relaciones públicas; Daniela  
170 y Alessandra, trabajo social con  
171 los gitanos eslavos en Scampia.  
172 La precariedad está de moda: los  
173 políticos hablan de ellos, “nos  
174 prometen mar y montaña”, dice  
175 Eleonora. Son los apestados favoritos:  
176 un ingente vivero de votos  
177 indecisos. Una vez voten, ¿seguirán  
178 teniendo voz?

Documento 13.

EL PAÍS, jueves 3 de abril de 2008, página 6, por Miguel Mora.

#### **La sombra de un retraso electoral**

1 Italia nunca termina de sorprender.  
2 Resulta que ahora no  
3 es seguro que las elecciones se  
4 celebren finalmente el 13 y 14  
5 de abril. El estrepitoso aviso fue  
6 lanzado ayer por el propio ministro  
7 del Interior en funciones,  
8 Giuliano Amato, que no excluyó  
9 un aplazamiento de la fecha macroelectoral  
10 (se libran a la vez  
11 las generales, varias regionales  
12 y cientos de municipales), después  
13 de analizar una sentencia  
14 del Consejo de Estado que reconoce  
15 el derecho a participar en  
16 los comicios con su símbolo a la  
17 Democracia Cristiana (DC) liderada  
18 por Giuseppe Pizza.  
19 El partido es uno de los herederos  
20 de la antigua DC escindida  
21 en 1994, y había denunciado  
22 ante el Consejo que la UDC  
23 de Pier Ferdinando Casini había  
24 usurpado el símbolo tradicional  
25 democristiano, un escudo  
26 con la cruz roja. Tras ganar  
27 la batalla jurídica, Pizza pidió  
28 “la ejecución inmediata de la

29 decisión y el aplazamiento de  
30 la fecha del voto”.  
31 A última hora de la tarde, el  
32 Gobierno decidió recurrir ante  
33 el Tribunal de Casación la  
34 readmisión de la DC, por considerar  
35 que se produce cuando  
36 está en curso “el proceso electoral”,  
37 y pidió al Supremo que defina  
38 “de una vez” quién tiene la  
39 competencia jurisdiccional sobre  
40 el proceso electoral.  
41 El conflicto nace en una reciente  
42 decisión de la Junta Electoral  
43 que redujo sus propios poderes.  
44 Eso dejó un resquicio a  
45 Pizza para apelar al Consejo de  
46 Estado. La sentencia obliga, en  
47 puridad, a secuestrar el logotipo  
48 del partido de Casini, candidato  
49 favorito de la Conferencia  
50 Episcopal italiana. El problema  
51 es que las papeletas electorales  
52 están impresas ya, y que  
53 el sistema de voto italiano consiste  
54 en poner una cruz sobre  
55 el escudo de la formación que  
56 se quiere votar.  
57 La surrealista situación dejó  
58 congelada la campaña durante  
59 horas, entre apelaciones  
60 de todos los partidos.

Documento 14.

EL PAÍS, lunes 15 de junio de 2009, página 39, por Juan Arias.

### **Mi triste Italia**

*Un país que fue bandera de libertad y cultura es presidido hoy por un político que censura la información que no le interesa. ¿Qué le ha pasado a Italia? ¿Por qué es tan difícil de reconocer para quienes la aman?*

1 Viví en Italia más que en España:  
2 cerca de 50 años. A ese país, que  
3 reúne el 36% del arte del planeta  
4 según la Unesco, le debo mucho humana  
5 y culturalmente. En Italia, donde hice  
6 mis estudios, donde respiré por primera  
7 vez los aires puros de la libertad  
8 —llegado muy joven desde el país de las  
9 censuras, de las condenas a muerte arbitrarias,  
10 de la inexistencia de partidos  
11 políticos—, me dieron la nacionalidad  
12 por méritos culturales. Allí voté por primera  
13 vez en mi vida. Tenía ya más de 40  
14 años. En España no se votaba, sólo se  
15 vivía el terror.  
16 Recordaré siempre aquella mañana  
17 en que, por fin, pude introducir mi papeleta  
18 en el secreto de una urna. Mi voto,  
19 me dijeron, valió miles. Eran unas elecciones



20 en las que los italianos empezaban  
21 a cansarse de los políticos, lo que  
22 incitaba a no votar. La RAI me entrevistó  
23 preguntándome qué sentía un español  
24 que podía votar por primera vez. Hablé  
25 de mi evidente emoción y me atreví a  
26 pedir a los que estaban pensando en no  
27 acudir a la cita con las urnas que lo hicieran  
28 para resarcir mi pena de no haber  
29 podido votar en tantos años. Me llamaron  
30 después de la radio para decirme que  
31 miles de personas, incluso algunas familias  
32 enteras, querían que yo supiera que  
33 habían ido a votar por mí.  
34 En Italia pude publicar lo que no podía  
35 publicar en mi país. Me abrieron las  
36 puertas sus revistas y periódicos. Gocé  
37 del privilegio de conocer, tratar y entrevistar  
38 a los personajes de la literatura y  
39 del arte que hicieron grande en aquel  
40 momento al país de Dante y de Leonardo,  
41 gente como Fellini, Passolini, Sciascia,  
42 Italo Calvino; a estilistas como Valentino,  
43 Armani, Missoni; a grandes empresarios  
44 como Agnelli o Pirelli; a magníficos editores  
45 como Einaudi o Feltrinelli... Y hasta a  
46 políticos dignos como Berlinguer o Moro  
47 o jueces valientes como Falcone, con  
48 quien conversé meses antes de ser asesinado.  
49 En mi encuentro con el juez Falcone  
50 nos rodeaba una nube de policías armados  
51 hasta los dientes y de sirenas desplegadas.  
52 “Es todo teatro. Cuando la Mafia  
53 lo decida, me matarán igualmente”,  
54 me dijo el magistrado despidiéndose con  
55 una media sonrisa triste. Lo mataron.  
56 Era aquella una Italia que yo amaba  
57 apasionadamente y en cuya lengua escribí  
58 mis primeros libros. Hasta que llegó  
59 Silvio Berlusconi. Lo vi aterrizar en Palermo,  
60 capital de Sicilia, corazón de la Mafia,  
61 en helicóptero, como un dios pagano.  
62 Eran sus primeras elecciones. Pocos  
63 creían que aquel histrión, que nunca había  
64 estado en la política, en un país tan  
65 politizado como lo era Italia, podría ganar.  
66 Yo pronostiqué en el periódico que  
67 ganaría. Vi aquella mañana en Palermo a  
68 casi medio millón de personas levantando  
69 los brazos hacia el helicóptero que  
70 traía al Salvador.  
71 La Mafia siciliana había cambiado de  
72 bandera. Acababa de abandonar a la poderosa  
73 Democracia Cristiana, hasta entonces  
74 su señora, para ofrecerle el beso y  
75 sus votos al empresario del que decían  
76 que tenía el arte mágico de crear empleos  
77 de la nada. Italia aquel día empezó  
78 a entrar en el túnel de la degeneración.

79 Yo me volví a España.  
80 Ahora veo, como en una pesadilla, que  
81 los italianos, que a mí me habían otorgado  
82 el placer de la libertad de información  
83 y expresión, tienen que leer EL PAÍS para  
84 poder saber las desvergüenzas cometidas  
85 por su *Cavaliere*. ¿Dónde quedó aquella  
86 Italia a la que el mundo amaba y admiraba?  
87 Italia me defendió cuando uno de los  
88 Gobiernos de Franco intentó procesarme  
89 por un artículo publicado sobre el comportamiento  
90 de la Iglesia española durante  
91 la dictadura militar. Me convocaron a  
92 Madrid. Me recibió el entonces ministro  
93 Girón. En su casa. Me contó que un ministro  
94 llevó mi artículo a un Consejo de Ministros  
95 pidiendo mi cabeza. Franco se limitó  
96 al final del Consejo a llamar al ministro  
97 Girón y le dijo: “Dejen a ese chico,  
98 porque si no lo van a hacer un mártir en  
99 Italia. Pero llámele y cuénteles”. Era un  
100 aviso claramente mafioso. Así era entonces  
101 España. Así es hoy, o casi, Italia.  
102 En mis noches sin sueño, me pregunto  
103 cómo pudo haberse llevado a cabo tal  
104 metamorfosis. Cómo se llegó a esta mi  
105 triste Italia actual. Sólo puedo hacerme  
106 algunas preguntas tras mi larga experiencia  
107 italiana. ¿Por qué ganó Berlusconi  
108 por primera vez, cuando ya circulaba un  
109 libro sobre sus fechorías e ilegalidades  
110 como empresario de la construcción en  
111 Milán? ¿Por qué los socialistas de Bettino  
112 Craxi, que acabó muriendo en el exilio,  
113 buscado por corrupción, cuando llegaron  
114 al poder le permitieron a Berlusconi  
115 crear su imperio televisivo contra todas  
116 las normas de la Constitución? ¿Qué hicieron,  
117 o no hicieron, los comunistas, herederos  
118 del severo y honrado Berlinguer,  
119 cuando después de más de 40 años luchando  
120 para llegar al poder lo consiguieron  
121 y actuaron tan mal que los italianos  
122 volvieron a llamar a Berlusconi? ¿En qué  
123 defraudaron a los italianos? ¿Por qué perdieron  
124 tan pronto las esencias del que  
125 había sido el mayor partido comunista de  
126 Europa, el del Eurocomunismo, y que reunía  
127 bajo sus alas y protegía de la mediocridad  
128 de la derecha a toda la inteligencia,  
129 todo el arte y toda la cultura del país?  
130 Un partido, insisto, que tenía como líder  
131 a un Berlinguer siempre tímido y escondido,  
132 como legítimo hijo de la austera Cerdeña,  
133 pero recto, digno y tan amado que  
134 el día de su muerte se paralizó la ciudad  
135 de Roma y dos millones de personas se  
136 volcaron en las calles como si su selección  
137 nacional hubiera ganado un mundial

138 de fútbol.  
139 Fui en aquella época un crítico severo  
140 de la entonces poderosa Democracia Cristiana,  
141 que llevaba 40 años en el poder y  
142 que acabó barrida al pagar sus escándalos  
143 de corrupción. Hoy, a tantos años de  
144 distancia, tengo que reconocer que lo  
145 que vino después fue peor. Está a la vista  
146 de todos. La Democracia Cristiana, profundamente  
147 conservadora, poseía, sin  
148 embargo, un profundo respeto por la libertad  
149 de expresión de los periodistas.  
150 Conservo aún algunos tarjetones escritos  
151 con la letra grande de Fanfani y la menuda  
152 de Andreotti, ambos repetidas veces  
153 presidentes del Gobierno. Cada vez que  
154 publicaba un artículo crítico sobre uno u  
155 otro, llegaba a mi oficina en Roma un  
156 motorista llevándome uno de esos tarjetones,  
157 en los que me agradecían el haber  
158 escrito sobre ellos.  
159 Cuando España estaba para entrar en  
160 la Unión Europea, el ministro de Asuntos  
161 Exteriores de Italia era Andreotti. En la  
162 Embajada de Italia en Madrid, alguien  
163 más papista que el Papa decidió hacer un  
164 estudio de mis crónicas, concluyendo  
165 que era excesivamente crítico con los políticos  
166 italianos. Llamaron al embajador  
167 de España en Roma y, con evidente cuño  
168 mafioso, le recordaron que Italia era fundamental  
169 para que España entrara en la  
170 Comunidad Europea y que no les gustaban  
171 mis crónicas.  
172 La noticia llegó a los oídos de Andreotti,  
173 que ignoraba el hecho. Aquella mañana,  
174 me llamó para ofrecerme una entrevista.  
175 Me recibió con los brazos abiertos.  
176 No se habló del asunto suscitado por la  
177 Embajada italiana en Madrid. Me contó  
178 anécdotas inéditas de sus relaciones con  
179 el entonces papa Juan Pablo II. Me dijo  
180 que el Papa polaco lo invitaba a veces a  
181 comer o a cenar con él y hasta a asistir a  
182 la misa en su capilla privada. Antes de  
183 despedirme, me autografió un libro con  
184 estas palabras: "A mi querido colega periodista  
185 Juan Arias, con amistad". Andreotti  
186 se jactaba siempre de ser periodista  
187 de profesión. Ya en la puerta me dijo:  
188 "España va a ser muy importante en la  
189 Comunidad Europea. Yo la voy a apoyar".  
190 Lo hizo.  
191 Andreotti, no obstante, solía decir que  
192 a los políticos españoles les faltaba *finezza*.  
193 Tristemente, esa *finezza* a quienes les  
194 falta hoy es a tantos políticos italianos,  
195 empezando por su presidente y su corte  
196 faraónica, que tienen horror y pánico de

197 la información libre.  
198 Quizá no sea verdad que a los italianos  
199 les guste tanto Berlusconi —no por lo  
200 menos a los italianos que yo conozco—,  
201 quizá es que tampoco les gustan demasiado  
202 los otros políticos. A esos otros, yo les  
203 di el primer voto de mi vida. Cosa triste,  
204 como diría Saramago.

Documento 15.

EL PAÍS, lunes 23 de marzo de 2009, página 28, por Félix de Azúa.

### **Italia y España, una confluencia**

1 Cuando el presidente Zapatero aseguró públicamente, con ese énfasis suyo tan inseguro, que habíamos  
2 superado a Italia y que pronto alcanzaríamos a Francia, me eché a temblar. No sólo por el disparate  
3 (evidente para cualquiera que haya viajado un poco), sino porque sin la menor duda el presidente estaba  
4 persuadido de lo que decía. Un amigo bien situado en Asuntos Exteriores me comentaba su desazón.  
5 Hay que tener en cuenta que nuestros vecinos de la bota están bien informados: todos los grupos  
6 mediáticos españoles, menos uno, están controlados por empresas italianas, y sus carcajadas se oyeron en  
7 Pekín. Ahora ya empiezan a quedarse con la energía, ese sector llamado estratégico.  
8 Ciertamente, hace años que se va produciendo una deriva española hacia Italia (que no lo contrario), pero  
9 en el ámbito de la trama económico-política y la infiltración mafiosa. En todo lo demás, educación,  
10 preparación técnica, iniciativa empresarial o civilización urbana, nos dan ciento y raya.  
11 Hubo un tiempo en que los políticos españoles parecían salvarse de la arraigada delincuencia a la italiana.  
12 Aquel país ha sido destruido por una clase dirigente chulescamente ajena a la población que les paga.  
13 Parecía que eso no iba a suceder en España, pero los últimos meses han puesto al descubierto cómo se  
14 extiende también aquí la cleptocracia.  
15 En Italia, según dicen los expertos, el caos político se debe a la pésima construcción constitucional, tras la  
16 Segunda Guerra, que propicia la desintegración de partidos, y la presencia de jefes mafiosos en la  
17 Democracia Cristiana desde las primeras elecciones. De entonces a la fenomenal corrupción de la etapa  
18 socialista y el exilio de Craxi, la trama se fue espesando y los intereses mafiosos han acabado por devorar  
19 la vida parlamentaria sin distinción de derechas e izquierdas.  
20 Aún faltaba la llegada de Berlusconi, uno de los más siniestros dirigentes europeos, sólo comparable con  
21 los de algunos enclaves balcánicos. En este momento Italia es un país con una inseguridad jurídica  
22 próxima a la de las satrapías latinoamericanas.  
23 Cuando comento con los profesionales de la política su progresiva deriva hacia el modelo italiano, suelen  
24 negarlo con vehemencia. A los pocos días aparecen tres ayuntamientos, cinco diputados, once concejales y  
25 un presidente autonómico pillados en corruptelas, fraudes o corrupciones. De cada diez casos, la  
26 proporción viene a ser de cinco del PP por dos del PSOE. Los tres restantes suelen afectar a los asuntos  
27 regionales, como el famoso 3% de Maragall, que jamás se esclarecen dado el espe-sor clientelar que han  
28 generado las autonomías, auténticos paraísos de las oligarquías locales.  
29 Este paralelismo con Italia  
30 creo que es explicable, no sólo  
31 por la chapuza jurídica o por la  
32 inveterada deshonestidad de las  
33 sociedades mediterráneas, sino  
34 también porque los italianos sufrieron  
35 sólo unas pocas décadas  
36 menos de fascismo que los españoles.  
37 El fascismo, además de  
38 una ideología ridícula, es un sistema  
39 que nacionaliza la totalidad  
40 de los recursos para repartirlos  
41 luego entre los fieles del régimen.  
42 Así se crea una nube de particiones  
43 jerarquizadas que hace  
44 prácticamente imposible la supervivencia  
45 en el exterior de la adhesión

46 incondicional. La necesidad  
47 cotidiana y la falta de escrúpulos  
48 de los ambiciosos logran que una  
49 enorme proporción de la sociedad  
50 quede atrapada por el sistema  
51 y se conforme con él.  
52 Si en Italia o en España se hubiera  
53 procedido a una depuración  
54 de todos aquellos que se enriquecieron  
55 con el fascismo, nos habríamos  
56 quedado sin clase dirigente.  
57 Y fueron ellos quienes decidieron  
58 si había o no depuración.  
59 Como en Italia, los colaboracionistas  
60 españoles se incorporaron a  
61 diversos partidos, desde Alianza  
62 Popular a Convergència i Unió,  
63 del mismo modo que los estalinistas  
64 se lavaron la cara en las múltiples  
65 izquierdas más o menos democráticas  
66 que se fundaron entonces  
67 y que han ido derivando  
68 hacia grupos de vaguísima ideología  
69 y sólido oportunismo. Nunca  
70 habrá memoria histórica para este  
71 proceso.  
72 El resultado ha sido una clase  
73 política que, con las consabidas  
74 excepciones, desde el principio ignoró  
75 por completo el sentido de  
76 la expresión “dinero público”, y  
77 que además se considera impune.  
78 Un partido político español se  
79 parece más a la Renfe o a Telefónica  
80 que a un partido inglés o alemán.  
81 Y suelen actuar con igual  
82 zafiedad e inoperancia. De vez en  
83 cuando un político va a dar en la  
84 cárcel, pero nunca, que yo sepa,  
85 por dilapidar inmensas cantidades  
86 en actividades estériles o en  
87 obras ruinosas.  
88 Hasta tal punto los políticos  
89 ignoran que el dinero público no  
90 es suyo ni está al servicio de su  
91 ideología, que hace unos días José  
92 Montilla recomendaba a los  
93 empresarios catalanes que no subieran  
94 los sueldos de sus trabajadores.  
95 No se le pasó por la cabeza  
96 que él cobra más que el presidente  
97 español. Que sus camaradas  
98 del *Parlament* gozan de sueldos  
99 colosales fijados (y aumentados)  
100 por ellos mismos. Que tras  
101 dos legislaturas los conservan toda  
102 la vida. Que sus gastos son en  
103 buena parte opacos y que, por  
104 ejemplo, niegan a la oposición la

105 documentación que les reclama  
106 y no pasa nada. Que también es  
107 secreto el número y el sueldo de  
108 los asesores. Y que la famosa institución  
109 para controlar la malversación  
110 pública se ha quedado  
111 en una burla a los ciudadanos.  
112 Según la última encuesta del  
113 Centro de Estudios de Opinión,  
114 un 74,3% de los catalanes está  
115 insatisfecho o muy insatisfecho  
116 con sus políticos. ¿Y a ellos qué  
117 les puede importar? Mientras  
118 les protejan sus jefes... Lo suyo  
119 es callar y bajar la testuz.  
120 A mediados de mes vi por la  
121 televisión nacional catalana a Carod  
122 Rovira, vicepresidente de Cataluña,  
123 con los indios shuars del  
124 Ecuador. Ha dedicado un millón  
125 de euros a propiciar el bilingüismo  
126 entre estas curiosas tribus  
127 indias. Seguramente el presidente  
128 del Ecuador acepta gustoso el  
129 dinero de los catalanes para una  
130 finalidad que le importa un pimiento.  
131 Es obvio, en cambio,  
132 que este asunto, a saber, que los  
133 indios aprendan su propia lengua,  
134 es de la mayor importancia  
135 para los obreros de la Seat. Pero  
136 si pude ver unos segundos a Carod  
137 en funciones paternales fue  
138 porque le acompañaba un equipo  
139 de la televisión nacionalista.  
140 La imagen del vicepresidente  
141 aceptando la lanza india que le  
142 ofrecía el jefe shuar en perfecto  
143 castellano y medio en cueros ha  
144 costado a los catalanes bastante  
145 más que cien ternos de sastre  
146 valenciano.  
147 No obstante, es seguro que  
148 Carod cree estar haciendo lo mejor  
149 para su país. Y seguirá haciéndolo  
150 porque la clase política  
151 catalana no quiere controlar el  
152 gasto público. Es su único poder,  
153 ya que la población le es cada  
154 día más desafecta. Ellos son el  
155 único valor de Cataluña, del mismo  
156 modo que Carod está persuadido  
157 de ser, él en persona, Cataluña.  
158 El dinero de Cataluña es,  
159 por lo tanto, suyo. Resulta muy  
160 difícil (y tedioso) tratar de hacerle  
161 entender que esa Cataluña suya  
162 se reduce a un grupo de amigos,  
163 una televisión y un par de

164 cientos de miles de votos en decadencia.  
165 Y que el resto, hasta  
166 siete millones, lo miramos como  
167 Nani Moretti miraba a los parlamentarios  
168 italianos. Gordos moscones  
169 girando sobre el inmenso  
170 pastel del dinero público, satisfechísimos,  
171 ajenos a todo, ebrios  
172 de retórica barata, de egoísmo y  
173 de impunidad.  
174 Sí, es cierto: como dijo Zapatero,  
175 llevamos camino de superar  
176 a Italia, pero no exactamente en  
177 algo que merezca la pena. Por el  
178 camino que vamos, para alcanzar  
179 la seriedad de Francia harán  
180 falta algunos siglos.

Documento 16.

EL PAÍS, domingo 26 de abril de 2009, página 46, por Miguel Mora.

### **Epigramas, cotilleos y agudezas**

*Los diarios inéditos del italiano Indro Montanelli, escritos entre 1957 y 1978, festejan su centenario con un despliegue de brillante periodismo*

1 Indro Montanelli, de cuyo nacimiento  
2 se han cumplido cien  
3 años el día 22, fue quizá el más  
4 grande periodista italiano de la  
5 historia. Joven reportero en *Paris-*  
6 *Soir*, corresponsal de guerra  
7 con el *Corriere della Sera*, fundador  
8 de *Il Giornale* en 1974, y colaborador  
9 otra vez del *Corriere* hasta  
10 el final de su vida (2001), escribió  
11 miles de artículos y cerca de  
12 50 libros. Entre 1957 y 1978, anotó  
13 además un diario, inconstante  
14 y nada disciplinado, en cuatro  
15 etapas distintas.  
16 En ellos, Montanelli se muestra  
17 tan brillante como siempre.  
18 Hay maldades, ironías, cotilleos  
19 y reflexiones, se ve su relación  
20 ambivalente con el poder (a menudo  
21 muy cerca, jamás dentro),  
22 y un humor a prueba de bombas.  
23 El libro, que acaba de ser publicado  
24 en Italia por Rizzoli, en  
25 edición de Sergio Romano, se titula  
26 *I conti con me stesso* (algo así  
27 como *Las cuentas conmigo mismo*)  
28 y revela las memorias secretas  
29 de este fascinante personaje,  
30 que se definía como “anarquista  
31 conservador” y que exploró su  
32 tiempo con un ojo insobornable  
33 y una pluma feroz.  
34 Su ego inmenso y su cinismo,

35 su misoginia visceral, el sarcasmo  
36 y su gusto por la farsa dramática  
37 y la caricatura marcan los  
38 diarios, escritos con un estilo  
39 transparente y libre.  
40 El volumen incluye algunas  
41 notas sobre España. La primera  
42 es un encuentro con Alfredo Sánchez  
43 Bella, embajador en Roma,  
44 en octubre de 1966. Éste le ofrece  
45 hacer una entrevista a Franco.  
46 Montanelli acepta expresando  
47 su “reserva a los reparos que  
48 tendrá ciertamente Franco, notoriamente  
49 alérgico a los periodistas  
50 y las entrevistas”.  
51 El embajador le comenta que  
52 el mundo está “en vísperas de  
53 otra guerra mundial, y que los  
54 responsables son Kennedy y el  
55 papa Juan XXIII”. Anota Montanelli:  
56 “Si razona así un español  
57 no franquista como él, y considerado  
58 ‘abierto’ y ‘progresista’, figurémonos  
59 los otros”.  
60 Ya en los años setenta, cita  
61 tres veces a Adolfo Suárez: sueña  
62 con importar ese proyecto laico  
63 a la convulsa Italia de los *años de*  
64 *plomo* como alternativa a la Democracia  
65 Cristiana de Aldo Moro,  
66 impulsor del compromiso histórico  
67 con los comunistas. Hay  
68 también una referencia mordaz  
69 al fundador del Opus Dei, Escrivá  
70 de Balaguer (“quizá un santo,  
71 desde luego un actor excepcional”),  
72 y el apunte de un “viaje inútil”  
73 a Madrid para participar en  
74 un programa de televisión, seguramente  
75 *La clave* aunque no lo  
76 nombra. Ese día, 10 de septiembre  
77 de 1978, Montanelli anota  
78 que vuelve a ver a “Ortega [Spottorno],  
79 Eugenio Montes y los  
80 hermanos De la Serna”. Los encuentra  
81 “preocupados por la situación:  
82 separatismo vasco, inflación  
83 – 30% anual – e inestabilidad  
84 de la unión democrática de  
85 Suárez”. Estos son algunos fragmentos  
86 extraídos de sus diarios.  
87 » Contra sí mismo. Cuarenta y  
88 nueve años. Me falta sólo uno para  
89 empezar a creer en los jóvenes  
90 y a seducir a los menores.  
91 Si quiere conmover a la gente,  
92 fabríquese primero una acreditada  
93 fama de cínico.



94 Me advierten de Milán que mi  
95 Historia de Roma se vende como  
96 el pan y que todos la encuentran  
97 excelente. Y decir que la escribí  
98 sólo para fijar en mi cabeza, definitivamente,  
99 la sucesión entre  
100 Tiberio, Calígula y Claudio. Y  
101 que, entregado el manuscrito, esperé  
102 con impaciencia la publicación  
103 para releérmela porque en  
104 el intervalo la había olvidado...  
105 » **Italianos.** En Italia, la pedrada  
106 que rompe la nariz del monumento  
107 de Dante es una tradición  
108 mucho más sentida que la *Divina*  
109 comedia.  
110 Entre los italianos la solidaridad  
111 no existe. Existe la complicidad.  
112 En Italia, “un buen padre de  
113 familia” puede permitirse impunemente  
114 ser un hombre malvado,  
115 un mal ciudadano, un desertor  
116 de guerra y un administrador  
117 ladrón.  
118 Fascismo: la tentativa más cómica  
119 de instaurar la seriedad.  
120 El peor desastre de la República  
121 es que, mientras el Rey podía  
122 ser de sangre extranjera, y a menudo  
123 lo era, al presidente hay  
124 que elegirlo entre los italianos.  
125 Para dirigir una discusión entre  
126 italianos se necesita una metralleta.  
127 Los italianos están siempre  
128 preparados para hacer la revolución,  
129 siempre y cuando los carabinieri  
130 estén de acuerdo.  
131 » Fellini, Rossellini, Bergman.  
132 Fellini cuenta: “He preguntado a  
133 Rossellini qué tiene de excepcional  
134 Sonali [su mujer india] para  
135 haberle hecho olvidar a Ingrid  
136 [Bergman] y al resto. Con una  
137 mirada soñadora y una sonrisa  
138 vaga, ambas falsas, me ha respondido:  
139 ‘Pues ya sabes, la sabiduría  
140 antigua de Oriente y la calma  
141 profunda del Océano Índico’.  
142 Pausa. Le pregunto a quemarropa:  
143 ¿Y cómo folla? Rossellini hace  
144 un gesto de entusiasmo: ‘¡Ah!’,  
145 exclama. ‘Si la vieses, ¡qué acróbata!  
146 Todas las posturas conoce....  
147 ¡Todas!’.”  
148 » **Mujeres.** Colette. Envejece  
149 amablemente, sin catástrofes. Y  
150 tiene sobre todas las demás una  
151 ventaja insuperable: la de ser mi  
152 último y más grande amor. Tan

153 grande que podemos vivir de las  
 154 rentas, cómodamente, los dos  
 155 por el resto de los días.  
 156 » Moravia y la represión. Roma,  
 157 28 de diciembre de 1969. Moravia  
 158 ha fundado, con Pasolini y  
 159 Dacia Maraini, “un comité contra  
 160 la represión”. Es la nueva  
 161 prueba de que no hay represión.  
 162 Si la hubiese, Moravia estaría  
 163 con los represores, como ha demostrado  
 164 avalando con su silencio  
 165 la persecución de Sholzhenitsin  
 166 en Rusia.  
 167 » Ionesco y su viuda (prematura).  
 168 Milán, 9 de mayo de 1977.  
 169 Comida con Ionesco y mujer. Pena.  
 170 Cuando está la mujer, Ionesco  
 171 no rinde ni un décimo de sí  
 172 mismo. Ella le riñe porque come,  
 173 le riñe porque bebe, le riñe porque  
 174 fuma. “Esta mujer”, me susurra  
 175 él al oído, “tiene una irresistible  
 176 vocación a la viudez. Querría  
 177 que viviese como si estuviese  
 178 muerto”. Y come, bebe y fuma.  
 179 » Berlusconi el trepador. Luxemburgo,  
 180 23 de mayo de 1977.  
 181 Vuelo a Luxemburgo con el habitual  
 182 birreactor de Berlusconi  
 183 [dueño de *Il Giornale*], que nos  
 184 acompaña, feliz de exhibirse y de  
 185 exhibir su estatus en una ceremonia  
 186 internacional. La medalla de  
 187 oro (¿será realmente de oro?) me  
 188 la entrega Gaston Thorn, jefe del  
 189 Gobierno luxemburgués y presidente  
 190 del movimiento europeo.  
 191 (...) Berlusconi llena su cuaderno  
 192 de direcciones: todas las de las  
 193 personalidades que ha conocido.  
 194 Es el verdadero *climber* [trepador],  
 195 que aprovecha todo y no tira  
 196 nada.  
 197 » **El atentado.** Milán, 2 de junio  
 198 de 1977. Es la fiesta de la República.  
 199 Yo la celebro recibiendo en  
 200 las piernas cuatro balas de revólver,  
 201 calibre nueve. Me disparan a  
 202 las 10.10, justo al salir del hotel  
 203 Manin, por la espalda. Tengo  
 204 tiempo, dándome la vuelta, de  
 205 ver a uno de los dos asesinos,  
 206 que sigue disparando desde una  
 207 distancia de 4-5 metros. Pero estoy  
 208 tan sorprendido y trastornado  
 209 que no logro fijar en la memoria  
 210 su rostro. Agarrándome a la  
 211 verja de los jardines públicos

212 [que hoy llevan su nombre], pienso:  
213 “¡Debo morir de pie!”. Este  
214 pensamiento estúpido, herencia  
215 segura del *Ventennio* [fascista],  
216 es quizá lo que me salva: cayendo,  
217 habría seguramente recibido  
218 la última carga en el abdomen.  
219 Sólo cuando el asesino ha terminado,  
220 cedo al mareo que me invade  
221 y resbalo hasta el suelo. Podría  
222 cómodamente matar con mi  
223 pistola al hombre que ahora me  
224 da la espalda para huir. Pero hay  
225 otro que lo protege con el arma  
226 en la mano. Me limito a gritarles:  
227 “¡Bellacos!”. Un perro lobo, de la  
228 otra parte de la verja, mete la  
229 lengua entre los barrotes y se pone  
230 a lamerme la cara.  
231 » Con Kissinger. Roma, 28 de  
232 octubre de 1977. Encuentro con  
233 Kissinger en el Excelsior. (...) Al  
234 final, al oído, me dice:  
235 —Lo malo con los italianos es  
236 que, cuanto más se habla con  
237 ellos, menos se entiende cómo están  
238 las cosas. Dígame. ¿Usted  
239 cree en el eurocomunismo?  
240 —No.  
241 —¿Y los democristianos  
242 creen?  
243 —No.  
244 —¿Y entonces cuál es su plan?  
245 —Corromper a los comunistas.  
246 —¿Lo lograrán?  
247 —Es posible. De todos modos,  
248 no saben hacer otra cosa.  
249 Kissinger me sonrío con gratitud:  
250 “Finalmente alguna idea  
251 clara”.

Documento 17.

EL PAÍS, miércoles 10 de junio de 2009, página 32, CARTAS AL DIRECTOR, por María Eugenia López-Lambas y Víctor Zecchetto.

### Las fotos de Berlusconi

1 Me encuentro en Roma desde hace  
2 algún tiempo, como profesora  
3 visitante en la Universidad de La  
4 Sapienza, por lo que me está tocando  
5 vivir el fascinante día a día  
6 del bochornoso espectáculo que  
7 el presidente del Consejo, el señor  
8 Berlusconi, está ofreciendo a  
9 toda Europa.  
10 Únicamente quiero expresar  
11 mi admiración a EL PAÍS —admiración  
12 compartida por los profesores  
13 italianos con quienes trabajo—  
14 por el coraje que ha demostrado  
15 publicando unas fotografías  
16 que aquí han sido secuestradas,  
17 dejando patente que este  
18 nuevo Tiberio no tiene omnímodo  
19 poder más que —por ahora—  
20 en Italia. Eso sí, cuando preguntas  
21 cómo es posible que un personaje  
22 de esta categoría rija los destinos  
23 de todo un pueblo, resulta  
24 que “nessuno lo ha votato”. Será  
25 por vergüenza ajena de un vergonzoso  
26 clientelismo político.—  
María Eugenia López-Lambas.  
Roma, Italia.

27 Deseo expresarle mi más caluroso  
28 apoyo por haber publicado las  
29 fotos del *caso Berlusconi*. Pero no  
30 porque me interese ver sensacionalismo,  
31 sino para que la gente  
32 de Europa (o al menos de España)  
33 sepa quién es ese personaje.  
34 Berlusconi tiene encima muchas  
35 causas judiciales, pero se zafa  
36 siempre porque su dinero compra  
37 la justicia.  
38 Ahora quiere iniciarle un pleito  
39 al diario EL PAÍS, ya que se  
40 imagina que puede hacer en España  
41 lo mismo que hace en Italia  
42 donde es dueño de casi todos los  
43 medios.  
44 No se dejen amedrentar por  
45 el salumiere (eso de Cavaliere le  
46 queda muy grande), pues es un  
47 pobre diablo con plata. No tiene  
48 altura ética para gobernar un  
49 país de Europa. Escribo esto como  
50 italiano residente en Buenos  
51 Aires.—  
Víctor Zecchetto. Buenos Aires, Argentina.

## FUERA DE CASA

*De la 'dolce vita' a la vida golfa*

1 HUBO UN TIEMPO en el que la *dolce vita* descansaba en las islas del  
2 Golfo de Nápoles. Villas, hoteles, mansiones servían de refugio  
3 para que Visconti terminara sus guiones o para que Patricia  
4 Highsmith pudiera escribir sobre la vida a pleno sol de atractivos  
5 y amorales seductores. Tom Ripley, con su elegante ambigüedad,  
6 un tipo capaz de caer bien aunque estuviera metido en juegos  
7 sucios o asesinatos. Intento imaginar a Ripley, en esta renovada  
8 vida golfa/horterera a la italiana, mirarlo como uno de los invitados  
9 a una orgía estilo Berlusconi y me parece tan difícil como confundir  
10 a Alain Delon con Gómez Bur. Los ricos y sus vidas, inmoralidades,  
11 engaños, creencias o fiestas tenían su estilo, sus escritores,  
12 sus cineastas, sus críticos, sus revistas y sus parodias.  
13 De ese lado del Mediterráneo, de esa Europa del sur que había  
14 ganado al fascismo, venía una vitalidad capaz de exportar estrellas,  
15 mitos, cocina, canciones y cine. Era una reserva exclusiva de  
16 la buena vida. Highsmith, que vivió en Capri, que sigue siendo  
17 lectura necesaria si queremos entendernos aunque no nos gustemos,  
18 no fue complaciente, ni suave como un vino de Ischia, pero  
19 supo contar a los seres humanos de su tiempo “como si una  
20 araña escribiera acerca de las moscas”. Han pasado cincuenta  
21 años, hemos estado en los escenarios donde los vividores de la  
22 *dolce vita* descansaban de no hacer nada y los mafiosos disimulaban  
23 sus armas y debemos reconocer que ni las películas ni la vida  
24 son lo que fueron. Sin nostalgia, incluso con alabanza de paisajes,  
25 lugares y gentes de ahora, desde la Italia de Berlusconi debemos  
26 reconocer que todo es mucho más zafio. Todo mucho menos  
27 *dolce vita* aunque aquí sigan los golfos, sus vidas y sus milagros.  
28 Creo que hasta las moscas tenían mejor estilo. O comían  
29 mierdas más cultas.  
30 Hace unas noches, en una isla del Golfo de Nápoles tuvimos  
31 que soportar la música hortera que unos seguidores de Berlusconi  
32 en campaña de elecciones europeas y en compañía de un  
33 grupo de católicos gritones seguidores del *kikoargüellismo*. Una  
34 serenata que no se merecía nuestra cena, ni Europa, ni la música,  
35 ni el pasado, ni el futuro. Tropa de italianos, de europeos, poco  
36 dulces, que quizás no sepan que votar a Berlusconi es prohibir a  
37 Saramago. No confundir la vida golfa con la *dolce vita*. Ni la calle  
38 de la Ballesta con Vía Veneto. Nuestra *golfemia*, sin Fellini, no se  
39 salvaba ni aunque el pianista de un burdel de Ballesta se llamara  
40 Manuel Alejandro.  
41 Terminamos en Nápoles, ciudad “monárquica y anárquica”,  
42 española. Con fe en San Genaro y en Maradona. En compañía de  
43 un libro de Erri de Luca, el mejor de sus escritores, capaz de  
44 hacer un lugar para la felicidad de un oscuro patio de vecinos.  
45 Nocturnos y paseando en compañía de los peligros y la libertad.  
46 “De noche, la ciudad es un país civilizado”.

### **El presidente de Italia reclama un esfuerzo común contra el racismo**

*Llega al Parlamento la ley que castiga con multas el delito de inmigración ilegal*

1 Si en Lincolnshire braman contra los sicilianos, en **Italia** son los rumanos y extracomunitarios los  
2 destinatarios del miedo y la xenofobia. El discurso de la tolerancia cero lanzado hace meses por el ministro  
3 del Interior, Roberto Maroni, suena cada día más vacío y fuera de control. Incluso en la derecha empiezan  
4 a surgir voces asustadas ante el caos y la violencia de signo racista vivida en los últimos días.

5  
6 El ex ministro del Interior y actual presidente del Comité Antimafia, Giuseppe Pisanu, atacó ayer a Maroni  
7 desde *Il Corriere della Sera* asegurando que el fenómeno migratorio, "que orientará los procesos  
8 económicos y sociales de la Europa del próximo siglo, no puede afrontarse con la oreja tendida hacia las  
9 voces de las tabernas de la Baja Padania. La tolerancia cero es un eslogan afortunado que no quiere decir  
10 nada. Ese clima emotivo excita los instintos más bajos".

11  
12 Poco después, el presidente de la República, Giorgio Napolitano, lanzó un mensaje a la nación mostrando  
13 su "preocupación por la sucesión de episodios xenófobos" registrados. Napolitano exigió a los políticos e  
14 instituciones "todo su esfuerzo para combatir el racismo" y les animó a "no considerar esos sucesos como  
15 hechos aislados". Maroni, en el ojo del huracán, replicó a ambos con otra de sus frases memorables: "Con  
16 los clandestinos hace falta ser malos, no buenistas". Y de paso obvió por completo la amonestación del jefe  
17 del Estado: "Oigo todavía polémicas que no sirven y que sólo crean alarmismo. Me entran por un oído y  
18 me salen por el otro".

19  
20 Tiene sus motivos. Según todas las encuestas, **Italia es el país** europeo más asustado ante la inmigración.  
21 En ese contexto, las protestas de los trabajadores británicos contra los 300 empleados italianos de la  
22 empresa siciliana IREM han sido recibidas incluso con comprensión por el Gobierno. Maurizio Sacconi,  
23 ministro de Sanidad y Trabajo, recordó ayer que la libre circulación de trabajadores es "un principio  
24 fundamental de la Unión Europea que no puede ser discutido". Y añadió: "Comprendo la protesta de los  
25 trabajadores británicos pero no la comparto". Buenas palabras, en un ambiente interno de terror, tras los  
26 tres casos de violaciones de mujeres (dos de ellas en grupo), atribuidas por algunos medios a "jaurías de  
27 inmigrantes", y seguidas por redadas masivas, agresiones a extranjeros e intentos de linchamiento.

28  
29 Tras el asesinato a tiros de un ciudadano senegalés a manos de un vecino de profesión policía en  
30 Civitavecchia, el **país** amaneció ayer conmocionado por el ataque de tres **jóvenes** a un inmigrante indio  
31 que dormía en la estación de Nettuno, cerca de Roma. Los muchachos, de entre 16 y 29 años, rociaron con  
32 gasolina al hombre, le golpearon y le prendieron fuego. El menor contó a la policía que sólo buscaban  
33 acabar la aburrida noche con un poco de emoción: "Daba igual si era rumano o negro", dijo, "solo  
34 queríamos ver cuánto duraba". Según Maroni, no se trata de un ataque racista sino de "algo peor".  
35 "Querían acabar su juerga quemando a alguien. Eso debe hacernos reflexionar".

36  
37 Mañana, en el Senado, los parlamentarios tendrán ocasión de hacerlo. Llega al hemiciclo, tras meses de  
38 anuncios y marchas atrás, el Decreto Ley de Seguridad. Aunque luego debe pasar a la Cámara, la ley prevé  
39 entre otras medidas castigar el delito de inmigración ilegal con multas de 5.000 a 10.000 euros; prohibir  
40 registrar sus matrimonios y nacimientos a los sin papeles; tasa anual de 125 euros por el permiso de  
41 residencia; elaboración de un censo nacional de personas sin techo, y obligación de tener una vivienda  
42 digna.

43  
44 Quizá algunas no prosperen, porque las asociaciones católicas han formado un cartel contra el decreto.  
45 Sostienen que "tendrá consecuencias nefastas para la seguridad y la economía porque los mejores  
46 inmigrantes se irán".

### Italia reincide en probar lo único que le faltaba: el aprendiz de brujo, que vende seguridad

#### *El pasado del futuro*

1 Silvio Berlusconi se ha sacado ya tres veces la jefatura del Gobierno en **Italia**. No caben más excusas. Tiene que haber  
2 para ello alguna razón de mucho peso. El líder de El Pueblo de la Libertad es un placebo para un país exhausto, aunque  
3 formidablemente dotado de inteligencia, cultura, buen gusto, y pésima gobernación, impotente, manirrota, corrupta, que  
4 sólo sabía concebir el mundo como una *trattativa*; eso sí, la de los mejores salidos de las aulas universitarias y recriados  
5 en las covachuelas del poder.

6 Extenuada la I República italiana, que aunque presidió el gran milagro económico de los 60 y 70, ya había dado todo de  
7 sí a principios de los 90, la nación no quería más *divinos* gobernantes, ni especialistas en Santa Teresa, siempre de la  
8 Democracia Cristiana y alrededores, ni menos se había decidido a dar la vez al compromiso histórico con el PCI (léase  
9 *pichi*); y, por si acaso, alguien había asesinado a Aldo Moro, que llevaba esa operación en la cabeza. El socialdemócrata  
10 Bettino Craxi fue una primera tentativa de desmarque de esa República, pero todo en él recordaba demasiado al antiguo  
11 régimen. Y, más recientemente, cuando el centro-izquierda ha derrotado en las urnas al líder derechista, la operación ha  
12 sido un retorno al pasado, al enfangamiento en un mundo de coaliciones impracticables.

13 Ése es el éxito de Berlusconi, ser el negativo de todo lo anterior, y que, aún con lo mucho que se le reprocha: finta  
14 constante a la justicia, populismo ramplón, reconstrucción facial y capilar con las que no rejuvenece, sino más bien se  
15 desplaza en paralelo a su propia edad, 71 años, para convertirse en un clon desconocido, está ya inscrito en el ADN  
16 electoral italiano como apuesta o modelo. Por eso, su victoria es un regreso al futuro, aunque en una forma ya pasada,  
17 que se resiste a morir.

18 Berlusconi no está, sin embargo, solo. Si al líder italiano le quitamos los procesos judiciales, sobreseídos, prescritos o  
19 trampeados, la afición a cantar y tocar el piano en los cruceros, y sus récords mundiales de vulgaridad, lo que queda es el  
20 presidente de Francia, Nicolas Sarkozy. A ambos, aunque en el caso del francés con algo de pose y en el del italiano con  
21 desarmante sinceridad, les une el desprecio por la cultura, el amor a los afeites, transformados por Sarko en alzas de  
22 zapatos, y a las señoras del espectáculo, a las que se supone que han retirado perdurablemente. Un estilo. Y les separan,  
23 desde luego, otras muchas cosas, como el mismo mensaje de renovación, que el presidente francés aún no ha  
24 demostrado que no pueda llevar a cabo, o la reacción de sus respectivas cohortes de votantes: mientras que al italiano lo  
25 eligen una y otra vez, por la insistencia de la I República en reaparecer en cuanto le dejan, la opinión francesa no cesa de  
26 reivindicar su histórico pasado y decirle a Sarko: *no es eso; no es eso*. Y como las clases políticas de ambos países se han  
27 parecido siempre bastante, todo ello puede apuntar a que si Francia aún cree que a una cierta idea del sistema le queda  
28 carrete, en **Italia**, el hastío y la desconfianza hacia el futuro son totales. Por eso, Roma, que concede tan poca importancia  
29 a los sinsabores judiciales de un servidor público, porque nunca se ha tomado en serio la honradez del gobernante,  
30 reincide en probar lo único que le faltaba: el aprendiz de brujo, que vende seguridad. A Berlusconi sí que le comprarían  
31 muchos italianos un coche de segunda mano.

32 Mario Vargas Llosa se preguntaba en una ocasión: '¿Cuándo se jodió Perú?'. *The Economist* habría respondido que  
33 cuando el hombre más rico y mediático de **Italia** fue elegido para suceder al reino de la *tangentopoli*; pero, todavía hoy,  
34 bastante menos de medio país es el que le sigue, porque aunque un 47% de sufragios es un excelente resultado, hay que  
35 preguntarse cuántos menos habría obtenido, si descontamos los de la Liga Norte de Umberto Bossi, que habrían seguido  
36 al líder padano allí donde acampara con su balbuceo de discapacitado. **Italia** no se ha jodido; sólo está hurgando por  
37 aquí y por allá: esto no se *puó far*, aquello tampoco, y en el interín le da una nueva oportunidad al histriónico magnate.  
38 Seguramente tanto votarle es pasarse, pero la culpa la tienen Prodi, Veltroni, Rutelli, Bertinotti, Casini, y todos los  
39 anteriores. Exceptuando, si acaso, a un visionario llamado Carlo Donat-Cattin.

## Referencias bibliográficas

- Arnett, J. J. "Adolescents' Uses of Media for Self-Socialization." Journal of Youth and Adolescence 24.5 (1995): 519-33.
- Aronson, E., TD Wilson, and RM Akert. "Social Psychology.", 2006.
- Atxaga, B. Horas Extras. Alianza, 1997.
- Bandura, A., J. Bryant, and D. Zillmann. "Social Cognitive Theory of Mass Communication." Media effects: Advances in theory and research (1994): 61-90.
- Bauman, Z. Liquid Modernity. Wiley-Blackwell, 2000.
- Billig, M. Banal Nationalism. Sage, 1995.
- Camilleri, C., and H. Malewska-Peyre. "Socialization and Identity Strategies." Handbook of Cross-Cultural Psychology: Theory and Method. Ed. J. W. Berry, Y. H. Poortinga, and J. Pandey. John Berry, 1997. 41-67.
- De Secondat Montesquieu, C. L., and J. M. Colomer. Cartas Persas. Tecnos, 1986.
- DeFleur, M., and S. J. Ball-Rokeach. "Media System Dependency Theory." Theories of mass communication (1989): 292-327.
- Donnerstein, E., and S. Smith. "Sex in the Media: Theory, Influences, and Solutions." Handbook of children and the media (2001): 289-307.
- Entman, R. M. "Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm." McQuail's reader in mass communication theory (1993): 390-7.
- Eriksen, T. H. "Ethnicity and Nationalism." Journal of the Royal Anthropological Institute 9.4 (2003): 804-6.
- Gerbner, G., et al. "Growing Up with Television: The Cultivation Perspective." Media effects: Advances in theory and research (1994): 17-41.
- Gergen, K. "Multiple Identity: The Happy, Healthy Human being Wears Many Masks." Psychology Today 5.12 (1972): 31-66.
- Gerring, J. "What is a Case Study and what is it Good for?" American Political Science Review 98.02 (2004): 341-54.
- Gerson, W. M. "Mass Media Socialization Behavior: Negro-White Differences." Social Forces 45 (1966): 40.
- Giddens, A. Sociología. Madrid: Alianza Editorial, 1991.
- Goffman, E. The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City, NY, 1959.
- Heinz, W. R. "Self-Socialization and Post Traditional Society." Advances in life course research 7 (2002): 41-64.
- Henry, F. The Caribbean Diaspora in Toronto: Learning to Live with Racism. University of Toronto Press, 1994.
- Hernández, A. A. "Discursive Strategies in the Construction of National Identity: A Critical Discourse Analysis of the Gibraltar Issue in the Printed Media." National Identities 10.2 (2008): 225-35.



- Jenkins, R. "Rethinking Ethnicity: Identity, Categorization and Power." Ethnic and Racial Studies 17, 1994.
- Jo, E., and L. Berkowitz. "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update." Media effects: Advances in theory and research (1994): 43-60.
- Katz, E. "On Conceptualizing Media Effects." Studies in communication 1980: 119-41.
- King, G., R. O. Keohane, and S. Verba. "The Importance of Research Design in Political Science." American political science review (1995): 475-81.
- Kolakowski, L. "Über Kollektive Identität." Identität im Wandel: Castelgandolfo-Gespräche 1995. Institut für die Wissenschaften vom Menschen (1995): 47-60.
- Latour, B. "Where are the Missing Masses? the Sociology of a Few Mundane Artifacts." Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change (1992): 225-58.
- Law, J. "Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity." Systemic Practice and Action Research 5.4 (1992): 379-93.
- Leap, W. "Language, Socialization, and Silence in Gay Adolescence." Sexualities & Communication in Everyday Life: A Reader (2007): 95.
- Maalouf, A. Identidades Asesinas. Madrid: Alianza Editorial, 1999.
- Malewska-Peyre, H., and M. Zaleska. "Identité Et Conflits De Valeurs Chez Les Jeunes Immigrés Maghrébins." Psychologie Francaise 25 (1980): 125-38.
- McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man. Routledge, 2001.
- McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory. Sage, 2005.
- Meyrowitz, J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. Oxford University Press, USA, 1985.
- Mittelberg, D., and N. Borschevsky. "National Minority, National Mentality, and Communal Ethnicity: Changes in Ethnic Identity of Former Soviet Union Jewish Emigrants on the Israeli Kibbutz." International Migration 42.1 (2004): 89-115.
- Muldoon, O. T., and McLaughlin, K. y Trew, K. "Adolescents' Perceptions of National Identification and Socialization: A Grounded Analysis." BRITISH JOURNAL OF DEVELOPMENTAL PSYCHOLOGY 25 (2007): 579-94.
- Parsons, T., and R. F. Bales. Family Socialization and Interaction Process. Routledge, 1998.
- Rajchman, J. The Identity in Question. Routledge, 1995.
- Retis, J. "Tendencias En La Representación De Los Inmigrantes Latinoamericanos En La Prensa Nacional Española. Colombianos, Ecuatorianos y Argentinos:¿ Iguales o Diferentes a Los Españoles?" Forum Barcelona 2004.
- Rezende, C. B. "Stereotypes and National Identity: Experiencing the "Emotional Brazilian"." Identities 15.1 (2008): 103-22.
- Ricoeur, P. Oneself as another. University of Chicago Press, 1994.
- Roccas, S., and M. B. Brewer. "Social Identity Complexity." Personality and Social Psychology Review 6.2 (2002): 88.

- Schlesinger, P. "On National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticized." SOCIAL SCIENCE INFORMATION SUR LES SCIENCES SOCIALES (1987).
- Smith, A. D. National Identity. University of Nevada Press, 1991.
- Steele, J. R., and J. D. Brown. "Adolescent Room Culture: Studying Media in the Context of Everyday Life." Journal of Youth and Adolescence 24.5 (1995): 551-76.
- Swann Jr, W. B. "Identity Negotiation: Where Two Roads Meet." Journal of personality and social psychology 53.6 (1987): 1038-51.
- Tajfel, H. Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology. Cambridge university press, 1981.
- Tankard, J. W. "The Empirical Approach to the Study of Media Framing." Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world (2001): 95-106.
- Van Dijk, T. A. "El Conocimiento y Las Noticias." La Cultura mediática: modes de representació i estratègies discursives (2002).
- Van Dijk, T. A. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Sage Publications, 1997.
- Van dijk, T. A. "Discourse, Context and Cognition." Discourse Studies 8.1 (2006): 159.
- Van Dijk, T. A. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998.
- Van Dijk, T. A. "La Multidisciplinariedad Del Análisis Crítico Del Discurso: Un Alegato En Favor De La Diversidad." En Wodak, R. y Meyer, M., Métodos De Análisis Crítico Del Discurso. Gedisa editorial, Barcelona:, 2001. 143-178.
- Wilson, B., and R. Sparks. "Impacts of Black Athlete Media Portrayals on Canadian Youth." Canadian Journal of Communication 24.4 (1999).
- Wimmer, A. Nationalist Exclusion and Ethnic Conflict: Shadows of Modernity. Cambridge Univ Pr, 2002.
- Wodak, R., et al. The Discursive Construction of National Identities. Edinburgh Univ Pr, 1999.
- Wodak, R., and M. Meyer. Methods of Critical Discourse Analysis. Gedisa Editorial, Barcelona, 2001.

## Bibliografía on-line

Secretaria de Estado de Inmigración y Emigración, Gobierno de España, *Encuesta sobre inmigrantes en España*,

<http://www.mtin.es/es/estadisticas/resumenweb/RUD.pdf>, 2009.

Secretaria de Estado de Inmigración y Emigración, Gobierno de España, *Extranjeros con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor según nacionalidad*,

<http://extranjeros.mtas.es/es/InformacionEstadistica/> , 31 marzo de 2009.

C.I.A. World Factbook, *Datos sobre tasas de inmigración en diferentes países*,

<http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>, 2009.

Ministerio de Asuntos Exteriores de Italia, Gobierno de Italia, *Datos sobre los italianos residentes en el extranjero*, en "Gazzetta Ufficiale núm. 24, 30 de enero del 2009", citado en Italiaestera.net,

<http://www.italiaestera.net/modules.php?name=News&file=dossier&cid=180>, 2009.

ACPI (Asociación para el Conocimiento de la Población Inmigrante), *Resumen General EMI 2008*,

[www.acpi-emi.com/resumen\\_emi2008ok.pdf](http://www.acpi-emi.com/resumen_emi2008ok.pdf), 2009.