

QUINT TUL·LI CICERÓ:

GERMANET, UN AMIC ÉS UN VOT !!

Ramon ALCOBERRO

A Giulio Andreotti, l'esfinx o el gran dinosaure de la democràcia-cristiana italiana, li encantava un llibre del germà de Ciceró. I si el recomanava un polític que va seure al parlament Italià des de 1945 fins 2013, deu ser cosa seriosa. Diuen que també Obama el té al calaix del despatx.

És el *Commentariolum petitionis*, un text llatí que pertany al gènere epistolar, i fou escrit suposadament per Quint Tul·li Ciceró (el germà del clàssic) entre l'any 65 i el 64 aC, per al bon ús del seu germà Marc Tul·li Ciceró, aspirant al càrrec de cònsol. En l'escrit, Quint recull els passos que ha de seguir el seu germà per tal de guanyar-se el suport del màxim nombre de sectors socials, des d'aquells més influents fins als dels estrats més baixos, i aconseguir d'aquesta manera la magistratura. En resum: tinguis amics i tindràs vots. Un amic és un vot amb potes. El germà de Ciceró ho tenia clar: *Cal conèixer l'elector pel seu nom, mostrar-se afalagador, persistent, generós, de ser sempre notícia i provocar expectatives polítiques*

Segons aquest manual ciceronià, qualsevol candidat que vulgui guanyar s'ha d'envoltar en primer lloc dels personatges més influents de la societat i buscar amics fins i tot sota les pedres. Qui vol guanyar unes eleccions ha de vincular el màxim nombre de persones influents al seu projecte, per tal d'aconseguir que aquestes es valguin de la seva posició de superioritat i els seus contactes per donar vots al candidat. *Cal que el suport dels amics neixi dels favors i de les obligacions, de la vella amistat, de la bonesa i l'afabilitat de caràcter. En aquest cas, però, tractant-se d'una campanya electoral, la paraula amic ha de tenir un sentit més ampli que en la vida quotidiana. Hauries de comptar com a amics tots aquells que et manifesten alguna simpatia, alguna afecció, i que sovint compareixen per ca teva".*

Després d'assegurar-te la devoció dels amics –recomanava Quint–, informa't de les intencions i del tipus de crítics i d'adversaris que tens. N'hi ha de tres menes: els que has ferit, els que et tenen una antipatia inexplicable i els que són amics dels teus adversaris". En tot cas, per guanyar valen fins i tot els cops baixos: Finalment, procura que tota la campanya sigui aparatosa, vistosa, magnífica, popular, que es desenvolupi amb aires de grandesa i dignitat, i també -si algun fet ho permet- que surti a la llum la mala reputació dels teus adversaris, resultat del seu comportament, es tracti d'un crim, de luxúria o de corrupció.

Tot bon discurs és sempre 'de circumstàncies'. Només per posar un exemple, el magnífic discurs d'Obama en el memorial per les víctimes de Charleston (juny, 2015) girava al voltant d'una frase rotunda, d'amplitud ciceroniana: *Hem estat cecs massa temps davant la manera com les injustícies del passat influeixen en el present*. Es tractava de repetir la seva consigna de sempre per l'abolició de l'ús de les armes, però sobretot buscava la complicitat del nucli de pastors baptistes del sud que estan més que decebuts amb un president que, a parer seu, ha fet molt poc pels afroamericans. No li va tremolar la veu per dir: *Seria una traïció a tot allò pel que lluità el reverend Pinckney si ens deixem anar, un cop més, en un silenci còmode, un cop marxín les càmeres de televisió*. I encara més va reblar el discurs dient: *Potser aquesta sigui la voluntat de Déu*. Això és populisme, però funciona. La gràcia del bon discurs rau a convertir-lo en memorable a partir d'una anècdota o d'una frase emfàtica. Obama ho sap fer. Aquí encara n'hem d'aprendre.