
Cómo conseguir ser corrupto y ganar elecciones. El caso Berlusconi

How to become corrupt and win elections. The Berlusconi case

LUIS RAMOS RODRÍGUEZ

Universidad Rey Juan Carlos

MANUEL VILLORIA MENDIETA

Universidad Rey Juan Carlos

Cómo citar/Citation

Ramos, L. y Villoria, M. (2026). Cómo conseguir ser corrupto y ganar elecciones. El caso Berlusconi. *Revista Española de Ciencia Política*, 70, 155-189. Doi: <https://doi.org/10.21308/recp.70.06>

Resumen

Este estudio examina la influencia del liderazgo de Silvio Berlusconi sobre la percepción social de la corrupción en Italia, un país caracterizado por la alta personalización de la política desde la caída de los principales partidos tradicionales en la década de los 90 como consecuencia del Caso Tangentopoli. Para su estudio se ha implementado un método Delphi en el que se ha recopilado la opinión de distintos expertos de gran relevancia académica y profesional en el ámbito de los medios de comunicación, la corrupción, el liderazgo y la ciencia política, para evaluar cómo el liderazgo personal, carismático y populista de Silvio Berlusconi ha influido sobre las actitudes sociales hacia la corrupción en Italia, en general; y hacia los casos de corrupción en los que el expresidente se vio implicado. Los hallazgos reflejan que el liderazgo populista y la estrategia comunicativa de Berlusconi normalizaron la percepción de sus escándalos, ejerciendo de contrapeso a las acusaciones de corrupción gracias a su interacción con los medios de comunicación y la existencia previa de una crisis de legitimidad del sistema político italiano. El caso Berlusconi nos da claves para entender otros casos posteriores de normalización de la corrupción por líderes populistas.

Palabras clave: Berlusconi, carisma, escándalos de corrupción, populismo, medios, percepción de la corrupción.

Abstract

This study examines the influence of Silvio Berlusconi's leadership on the social perception of corruption in Italy, a country characterized by highly personalized politics since the collapse of the main traditional parties in the 1990s as a result of the Tangentopoli scandal. For this study,

a Delphi method was implemented in which the opinions of various experts of great academic and professional relevance in the fields of media, corruption, leadership, and political science were gathered to assess how Silvio Berlusconi's personal, charismatic, and populist leadership has influenced social attitudes toward corruption in Italy in general and toward the corruption cases in which the former president was involved. The findings show that Berlusconi's populist leadership and communication strategy normalized the perception of his scandals, counterbalancing the accusations of corruption thanks to his interaction with the media and the pre-existing crisis of legitimacy in the Italian political system. The Berlusconi case provides clues for understanding other subsequent cases of normalization of corruption by populist leaders.

Keywords: Berlusconi, charisma, corruption scandals, populism, media, perception of corruption.

INTRODUCCIÓN

Italia es un país conocido por su compleja dinámica política, caracterizado por una rica historia de movimientos y partidos políticos (Della Porta, 2016; Newell, 2018a). Sin embargo, en las últimas décadas, su panorama político ha sido objeto de importantes transformaciones que han redefinido las diferentes estructuras de poder y la percepción social de la política. Uno de los eventos cruciales para entender la política italiana actual es el Caso Tangentopoli en la década de los 90, un escándalo de corrupción que provocó el hundimiento de los principales partidos tradicionales —como *Democrazia Cristiana* (DC) o el *Partito Socialista Italiano* (PSI)—, y el surgimiento de otros nuevos (Koff and Koff, 2000; Musella, 2014; Rhodes, 2016).

Este momento de convulsión política y social, fomentado por la crisis de legitimidad de la política italiana, fue un perfecto caldo de cultivo para el surgimiento de figuras como Silvio Berlusconi, con una gran trascendencia hasta la actualidad (Pasquino, 2013; Vercesi, 2013). Tal fue su repercusión que distintos académicos italianos llegaron a acuñar el “Berlusconismo” como fenómeno político que mezcla el personalismo y carisma del líder, una visión neoliberal de la economía, un eje discursivo populista con una importante estrategia de medios de comunicación y una continua espectacularización de la política (Bobbio, 2008; Ginsborg and Asquer, 2011; Ignazi, 2014; Orsina, 2023).

En 1994, primeras elecciones tras Tangentopoli, el empresario consiguió monopolizar el discurso de regeneración y renovación de la política (Giugni y Lazar, 2013). Con la ayuda de su imperio mediático, Berlusconi trasladó su carisma a todos los rincones del país, intensificando el fenómeno de personalización política (Campus, 2010). A pesar de ello, Silvio Berlusconi sería investigado durante sus mandatos al frente del Consejo de Ministros —1994, 2001 y 2008— por diferentes casos de corrupción, siendo abandonado por los socios de su primer gobierno (Grimaldi, 2015) y teniendo que presentar su renuncia durante su tercer mandato en 2011 (Mariotti, 2011).

Esta situación permite profundizar en el argumento de McNally (2016) sobre cómo una figura como la de Silvio Berlusconi, afectado por importantes escándalos de

corrupción, pudo mantener su éxito electoral durante toda su carrera política. Así, la pregunta de investigación de este artículo es “cómo pudo Silvio Berlusconi normalizar socialmente los escándalos de corrupción en los que estaba implicado”.

Para abordarla, se exploran los mecanismos y estrategias que permiten a líderes carismático-populistas contrarrestar las acusaciones de corrupción y mitigar sus efectos negativos, utilizando el caso de Silvio Berlusconi. Se implementa un método Delphi basado en la consecución del consenso de un grupo de expertos a través de rondas iterativas sucesivas. A través de un panel de 15 académicos, periodistas y profesionales del ámbito de la anticorrupción, la sociología política, los medios de comunicación y la ciencia política en Italia se analizan su estilo de liderazgo, sus estrategias de comunicación y su relación con los medios de comunicación y la opinión pública para así identificar y prever los elementos clave que contribuyen a neutralizar el impacto de dichas acusaciones. En particular se busca entender (i) cómo el liderazgo de Berlusconi influyó sobre la percepción de sus casos de corrupción, (ii) qué papel jugaron los medios —muchos bajo su control—, como consecuencia de la estrategia comunicativa de Berlusconi y (iii) qué efectos sociales de normalización de la corrupción se generan de todo ello. Para ello, se delimita este estudio al periodo que va desde que Berlusconi gana sus primeras elecciones (1994) hasta que tiene que dimitir con motivo de la corrupción en su último mandato al frente del ejecutivo italiano (2011).

Este estudio exploratorio proporciona una base para comprender fenómenos similares en líderes contemporáneos, permitiendo identificar patrones y características comunes que facilitan la persistencia de su apoyo electoral a pesar de sus escándalos. Mediante este enfoque, el artículo contribuye a un entendimiento más profundo de las dinámicas entre el liderazgo carismático, la percepción pública del líder y la resiliencia electoral en contextos de polarización política. El principal hallazgo sugiere que la conexión emocional de Berlusconi con sus seguidores y su control e influencia en medios de comunicación permitieron la desensibilización de sus simpatizantes ante sus escándalos de corrupción. Además, los resultados proporcionan *insights* valiosos para el análisis de fenómenos políticos contemporáneos donde líderes populistas enfrentan y neutralizan las acusaciones de corrupción.

En el artículo, primero se elabora un marco conceptual, seguido de un marco contextual para presentar la figura de Silvio Berlusconi y del diseño de la investigación. Tras ello, se analizan los resultados y se discuten en relación con la literatura académica existente. Por último, se presentan las conclusiones de la investigación, su aporte teórico y las vías abiertas para próximas investigaciones.

MARCO CONCEPTUAL: PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN, PERSONALIZACIÓN DE LA POLÍTICA Y CARISMA

Al hablar de corrupción, es común hallar un problema: existen diferentes ideas de lo que es corrupción que se aglutinan bajo un mismo concepto, lo que impide que exista un consenso teórico para definir el fenómeno (Shacklock, Sampford y Connors,

2006; Villoria, 2006). Su utilización en el lenguaje cotidiano deriva en múltiples significados que, a su vez, repercuten sobre la manera en que es utilizada políticamente y percibida socialmente (Carassale, 2013). Ello genera una retroactividad, pues el uso político puede afectar a cómo queda discursivamente enmarcada. En suma, el concepto es móvil, marcado por las creencias de los propios ciudadanos sobre lo que sería y no sería corrupción (Olken, 2009; Villoria y Jiménez, 2012).

Della Porta & Vannucci (1997), basados en la teoría del principal-agente (Klitgaard, 1988) describen la corrupción política como una ruptura de la relación entre el principal —sociedad— y el agente —el representante—, siendo ésta el resultado de la violación secreta del contrato implícito de la representación política. De estos actos se derivan infinidad de consecuencias: desde impactos económicos sobre la sociedad (Mauro, 1995; Rose-Ackerman, 2006; Fisman y Svensson, 2007; Holmberg y Rothstein, 2012) hasta efectos perversos sobre la percepción social de la democracia o la confianza en las instituciones y en el resto de la sociedad (Rose-Ackerman, 1999; Uslaner, 2001, 2005; Lambsdorff, Taube y Schramm, 2005).

Hasta la fecha sabemos que cuando los ciudadanos perciben altos niveles de corrupción, sus evaluaciones de los políticos, así como del sistema político en general, tienden a ser más negativas (Andersen y Tverdova, 2003; Kumlin y Esaiasson, 2012; Close et al., 2023). Por ello, para entender el comportamiento social y electoral, es necesario poner el foco sobre las percepciones sociales de la corrupción.

Cuando un caso de corrupción es percibido, pasa a denominarse escándalo, entendido como la reacción social derivada del conocimiento público de acciones que trasgreden normas o valores (Thompson, 2000). Si la corrupción percibida es alta, los ciudadanos tienden a castigar a los partidos en el Gobierno y a los políticos involucrados en escándalos (Klašnja, Tucker y Deegan-Krause, 2016; Klášnja, 2017). Dados los posibles efectos que tiene la corrupción sobre la confianza en los partidos y los políticos, su uso partidista en campañas electorales es frecuente y exitoso. La politización de la corrupción es un fenómeno común en democracia, más, si cabe, entre partidos de nueva creación (Hanley y Sikk, 2016). Bågenholm y Charron (2014) demuestran cómo los nuevos partidos políticos que son capaces de politizar la corrupción y usarla como eje discursivo son más exitosos electoralmente que aquellos que no lo consiguen. En definitiva, “la honradez y la competencia son cuestiones típicas de valencia positiva, mientras que la corrupción es la quintaesencia de la valencia negativa. Por ello, la corrupción es una de las cuestiones que los partidos suelen utilizar durante los procesos electorales” (Picci, 2024: 209—210). Así, la lucha contra la corrupción se convierte en un instrumento utilizado para librar batallas políticas.

Dadas estas premisas, hemos seleccionado a Silvio Berlusconi como sujeto de investigación por varios motivos. Existen diversas perspectivas académicas acerca del estilo de liderazgo de Silvio Berlusconi. Gundle (1998) lo considera un oportunista, Ginsborg (2003) argumenta que su carisma era manufacturado e irreal, Taguieff (2003) lo describe como telepopulista, Mazzoleni y Sfardini (2009) ubican su estrategia comunicativa en la política pop, mientras que otros conciben su autoridad y liderazgo carismático (Newell, 2009; Agnew, 2011), señalándolo como uno de los líderes

más carismáticos que ha existido en Italia (Pasquino, 2014:561). Su partido, además de personalista, es considerado carismático (Valbruzzi, 2024).

De raíz weberiana (2002), el carisma es una cualidad extraordinaria, otorgada por la ciudadanía, a través de la que el líder político puede conectar emocional e irracionalmente con esta. En este contexto, el liderazgo de Berlusconi incorpora elementos carismáticos que podrían haber normalizado sus escándalos de corrupción: se presentó como la única persona capaz de solucionar la crisis y la corrupción (Pasquino, 2014), y de inspirar esperanza y fe en sus seguidores, (Caprara et al., 2007; Newell, 2018b). Su estilo demagógico (Bobbio y Viroli, 2003) le permitía autoproclamarse el único actor capaz de revertir una situación crítica (Fabbrini, 2013) y como precursor de un nuevo orden político o de una nueva historia (Mancini, 2011a; Viviani, 2023). Además, su carisma y control de un partido a su imagen y semejanza (Gunther y Diamond, 2003; McDonnell, 2013) pudieron contribuir a desensibilizar a la opinión pública frente a sus conductas, minimizando la gravedad de sus actos y promoviendo la normalización de la corrupción. Estos elementos se alinean con la teoría del autoconcepto de Shamir et al. (1993), que explica cómo los líderes carismáticos influyen en sus seguidores al activar y moldear su autoconcepto, alineando sus valores y creencias con los del líder. En este sentido, el liderazgo de Berlusconi no solo pudo inspirar esperanza y confianza, sino que podría haber fortalecido la identificación de sus seguidores con su persona y su proyecto político, permitiendo que muchos internalizaran y justificaran sus acciones, incluso sus escándalos de corrupción.

El liderazgo de Silvio Berlusconi, además, se entremezcló y después transitó hacia un liderazgo populista (Pasquino, 2008; Pappas, 2016, 2021), para el que la existencia de carisma y de un movimiento de masas es necesario (Albertazzi y McDonnell, 2008). Pappas (2019) define el populismo como la “idea de que la soberanía pertenece y debe ser ejercida por “el pueblo” sin tener en cuenta las instituciones” (p.33). En el mismo sentido, Mudde y Rovira-Kaltwasser (2017) lo definen como una ideología delgada que divide a la sociedad en dos grupos antagónicos: la “gente pura” enfrentada a la “élite corrupta” (p. 27). Berlusconi creó una imagen de outsider político enfrentado a las élites tradicionales, representando ser uno más contra una clase política corrupta desconectada de las necesidades ciudadanas (Mudde, 2004; Urbinati, 2019). Su discurso simplificaba problemas complejos y ofrecía soluciones directas, apelando a los sentimientos y preocupaciones cotidianas de los ciudadanos (Tarchi, 2008). Los ataques de la oposición y la actividad de la justicia se enmarcaban discursivamente como una persecución a su persona, dado su enfrentamiento a estas élites corruptas. Esta estrategia populista no solo fortaleció su liderazgo y popularidad (Rooduijn, 2014), sino que también pudo contribuir a desviar la atención de sus escándalos de corrupción, presentándolos como ataques de las élites en su contra y minimizando su impacto en la opinión pública. Por ello, hipotetizamos,

H1. El liderazgo carismático y populista de Silvio Berlusconi contribuyó a mitigar los efectos negativos de sus escándalos de corrupción.

En línea con lo expuesto sobre la percepción de la corrupción, se ha de tener en cuenta que el nexo entre el caso de corrupción como fenómeno y el escándalo como reacción pública se ubica en los medios de comunicación (Allern y Von Sikorski, 2018; Mancini, 2018). La cobertura mediática de los escándalos no es un proceso exógeno de la política (Nyhan, 2017), sino que constituye un fenómeno político particular y esencial a la hora de condicionar el debate público (Palau y Davesa, 2013; Berti, 2019). En el caso italiano, de acuerdo con el modelo de sistema de medios pluralista-polarizado de Hallin y Mancini (2004), existe una alta politización mediática: los medios no son solo canales de información, sino que se convierten en herramientas de influencia política. Esto es especialmente relevante en el caso de Silvio Berlusconi, quien, al controlar gran parte del sistema mediático, ha podido usar esta influencia para consolidar su imagen pública y minimizar la gravedad de sus escándalos de corrupción.

Al hablar de Berlusconi y los medios de comunicación, debemos considerar su encaje en la teoría de la mediatización (Mazzoleni y Schulz, 1999; Strömbäck, 2008), que describe cómo la política se adapta progresivamente a las lógicas y demandas de los medios, convirtiendo lo mediático en un factor determinante en la comunicación política. Este proceso de mediatización ha fomentado un fenómeno político conocido como personalización (King, 2003; Karnoven, 2010) —o presidencialización (Poguntke y Webb, 2007)—, consecuencia de la pérdida de lazos afectivos entre partidos y electorado y del nacimiento de la televisión como medio masas (Van Aelst, Sheafer y Stanyer, 2012). Así, los medios permiten construir la imagen pública de los líderes como elementos centrales del sistema político (Wattenberg, 1991; Dalton y Wattenberg, 2000; Garzia, 2011).

El carisma —y, por ende, su transición a estilos de liderazgo populistas— se erigen como algunos de los instrumentos esenciales en un contexto mediatizado y políticamente personalizado (Balmas y Sheafer, 2014). Mancini (2011b) alude a que el único recurso del liderazgo, en paradigmas de personalización de la política, es el carisma, entendiendo que la relación con los seguidores es meramente psicológica y afectiva. En estos contextos, los medios cubren aquellas características emocionales de los líderes que atraen audiencia y, en consecuencia, fomentan la legitimación de su figura (Mazzoleni & Schulz, 1999).

De esta forma, los líderes de los partidos adaptan sus acciones hacia lo noticiable, que encuentra eco en los medios (Holtz-Bacha, Langer y Merkle, 2014), lo que genera un círculo vicioso en el que la importancia del líder y su cobertura mediática se retroalimentan (Garzia, 2013, 2014). En el caso italiano, Forza Italia fue un partido personalista (Pasquino, 2014), con un gran acceso y capacidad de influencia de su líder sobre los medios de comunicación tradicionales. La identificación social entre líder y partido, televisión mediante, contribuyó a un refuerzo de su imagen ante la opinión pública (Campus, 2010; Garzia, 2017), pudiendo favorecer que muchos votantes interpretaran los escándalos de corrupción como aspectos secundarios frente a su liderazgo. Por ello, hipotetizamos:

H2. La cobertura mediática de los escándalos de corrupción de Silvio Berlusconi ha contribuido a mitigar los efectos negativos de sus escándalos de corrupción.

Berlusconi se vio envuelto en numerosos escándalos de corrupción y a pesar de ellos continuó ganando elecciones y siendo un miembro activo y respetado en la política italiana. Esto contrasta con la teoría sobre el comportamiento desviado: la corrupción supone la ruptura de normas sociales establecidas, lo que requiere de una sanción tanto legal como social (Clinard y Meier, 2011; Becker, 2013). Sin embargo, en el caso de Berlusconi, dichas sanciones no impidieron su éxito político, lo que plantea una paradoja que desafía las premisas teóricas previas. McNally (2016) descubre cómo los electores italianos que consideraban la corrupción como justificable y normal tenían una mayor tendencia a votar a un líder corrupto como Berlusconi. Para considerar la corrupción como un fenómeno normalizado, debe existir una parte de la sociedad suficiente que sienta la tentación de corromperse (Morris y Klesner, 2010) o que haya interiorizado los comportamientos corruptos como algo común, llegando a justificar su adhesión a actividades ilícitas (Heidenheimer, 2007). En este mismo sentido, Heidenheimer (1970) acuña el concepto “corrupción blanca”, aquel tipo de corrupción que tanto la élite política como la opinión pública aceptan y consideran tolerable, suponiendo lo que se consideraría un fenómeno de normalización de los comportamientos desviados (Vaughan, 1996). En el caso de Berlusconi, su estrategia consiguió que sus acciones pudieran asumirse socialmente como corrupción blanca, contribuyendo a la normalización de sus escándalos. De esta forma, nuestra última hipótesis plantea que:

H.3. Silvio Berlusconi habría conseguido enmarcar la percepción de sus escándalos de corrupción como casos de “corrupción blanca” en la sociedad italiana.

CONTEXTO HISTÓRICO: POLÍTICA, CORRUPCIÓN Y SILVIO BERLUSCONI

Berlusconi fue uno de los empresarios de la construcción más importantes de Milán en la década de los 70. Comenzó su recorrido en la televisión de la mano de Fininvest con alguna controversia: en sus inicios, obvió las indicaciones de las Sentencias 202/1976 y 148/1981 del Tribunal Constitucional italiano, que impedían el monopolio estatal de las transmisiones locales, y prohibían a operadores privados la transmisión televisiva a nivel nacional, respectivamente (Cano Campos, 1997). Berlusconi compró estaciones de emisión locales por diversos puntos de Italia, construyendo una infraestructura nacional de emisión. En 1984, por orden del Tribunal Constitucional, tuvo que detener las emisiones en Turín, Roma y Pescara. Como consecuencia, el empresario aludió en el resto de emisiones todavía disponibles al ataque a la “libertad de televisión” como derecho ciudadano. Es entonces cuando el primer ministro, Bettino Craxi, del PSI, aprobó una moratoria a través del Decreto-Ley 694/1984 que reanudaba las retransmisiones anuladas. En 1985 se aprueba el tercer “decreto Berlusconi”, que se tramita como Ley Parlamentaria y permite, de nuevo, la retransmisión de los canales de Berlusconi en las zonas afectadas (Ginsborg, 2005).

En 1992, la convulsión política en Italia llega a su cumbre con el inicio del Caso Tangentopoli, mediante la detención del dirigente Socialista Mario Chiesa tras recibir un soborno. Junto a factores de inestabilidad política como la caída de la Unión Soviética en 1991, la aparición de *Lega Norte* —de carácter secesionista en el norte de Italia—, y las constantes exigencias sociales por un referéndum para modificar la Ley electoral, se produjo el fin de la I República Italiana (Berselli, 2001:7; Blokker, 2017). Tangentopoli puso de manifiesto la inestabilidad política del sistema italiano, su clientelismo estructural y su falta de eficiencia (Newell, 2004; Briquet, 2009a, 2009b), desvelando una red de corrupción sistémica por todo el país (Cazzola, 1992; Della Porta, 1992). El caso afectaba esencialmente al PSI y la DC y, en menor medida, al *Partito Comunista Italiano* (PCI) y otros partidos menores. Los únicos partidos no involucrados tenían un marcado carácter extremista, sin posibilidades de éxito electoral dada la tradición anticomunista y antifascista italiana tras la II Guerra Mundial (Orsina, 2016).

Berlusconi funda Forza Italia en 1993, considerado en sus inicios un *partito azienda* (Ginsborg, 2005: 68), ya que 50 del total de representantes que obtuvo en las elecciones de 1994 eran trabajadores de Publitalia, empresa de publicidad del empresario. Sus propuestas tenían tres ejes: minorar la intervención estatal, despolitizar la vida de la gente y aplicar una visión empresarial a la política y gestión gubernamental (Orsina, 2016). En 1994, junto con *Lega Norte* y *Alleanza Nazionale* —de corte neofascista— conseguiría el 58,1% de los diputados, convirtiéndose en Primer Ministro.

Durante su primer mandato fue investigado por sobornar a través de Fininvest a agentes fiscales en el marco del Caso Tangentopoli. En respuesta, Berlusconi difundió a través de sus canales de televisión que se estaba produciendo un golpe de Estado institucional (Ginsborg, 2005: 70). Esta investigación solo marcó el inicio de otras varias por financiación ilegal de partidos, fraude fiscal, falsa contabilidad o corrupción de oficiales del Ministerio de Finanzas (Della Porta y Vannucci, 2007).

Berlusconi intentó retrasar sus compareencias para que los cargos prescribieran —junto con cierta presión mediática a jueces y fiscales, las conocidas “togas rojas”—, así como aprobar una Ley que impidiera a los jueces arrestar a los políticos. La primera estrategia funcionó, no así la estrategia legislativa, siendo condenado a dos años de prisión por los sobornos de Fininvest y posteriormente absuelto por la prescripción del delito tras un recurso a la Corte de Casación Italiana (Della Porta, 2001).

En 2001, Berlusconi ganó de nuevo las elecciones con la coalición *Casa delle Libertá*, donde el político se convirtió en el principal eje de la coalición, en lo que se considera el paso del *partito azienda* al partido personalista (Raniolo, 2006; Ginsborg, 2005: 86). Durante este nuevo mandato, Berlusconi aprobó leyes que complicaban la acción de la justicia en sus pesquisas en casos de corrupción, como por ejemplo la Ley 61/2002, para reducir las penas y legalizar algunos aspectos de la falsa contabilidad; una amnistía fiscal para traer de vuelta fondos empresariales escondidos en el exterior a un tipo impositivo del 2,5%; la Ley 367/20012, que obligaba a presentar como pruebas los documentos originales extranjeros en casos de corrupción; la Ley 242/2002

“Cirami”, que permitía posponer juicios por corrupción si se alegaba que los jueces no eran imparciales; y la Ley 140/2003 “Schifani”, que proporcionaba inmunidad ante la justicia a los cinco cargos más importantes de Italia —aprobada en el momento en que Berlusconi iba a volver a ser imputado por corrupción— (Della Porta & Vannucci, 2007: 841-842).

En 2006 Berlusconi pierde las elecciones y, ese mismo año, Fininvest vuelve a ser investigada por una posible inversión de la Mafia en la empresa. Dos años más tarde, son convocadas elecciones y Berlusconi se presenta con el partido *Popolo della Libertá*. A pesar de sus recientes casos judiciales abiertos, volvió a ganar las elecciones con una amplia mayoría.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este estudio se aplica una metodología cualitativa como forma de exploración de aspectos enraizados en contextos culturales o políticos complejos (Bryman, 2012). Permite acceder a experiencias particulares de los individuos, pertinente al tratar valores personales y emociones. El método Delphi aplicado permite una previsión o pronóstico de comportamientos que puede adquirir un fenómeno complejo (Landeta, 2002). Se considera pertinente para extraer juicios subjetivos colectivos a través de la puesta en común de áreas de conocimiento heterogéneas y, ya por separado, de complejo análisis (Linstone y Turoff, 2002), como es el caso del análisis de la percepción de la corrupción (Abramo, 2008; Andersson and Heywood, 2009; Garrett et al., 2016) o del liderazgo carismático (Conger, 1998; Sheaffer, 2008; Sy, Horton y Riggio, 2018).

Algunos estudios han utilizado el método Delphi para averiguar características de distintos tipos de liderazgos (Moorhouse, 2002; Shaw, 2008; Hartman, 2013; Focht, 2015), así como para analizar desencadenantes y percepciones de la corrupción (Meričková et al., 2017; Paez-Maggio et al., 2022). Organizaciones como Transparencia Internacional y el Banco Mundial, además, utilizan métodos basados en opiniones de expertos para evaluar la percepción de la corrupción globalmente, lo que respalda la validez de este enfoque.

El método parte de opiniones subjetivas y divergentes de un panel que, en un proceso iterativo en el que se les informa de los diferentes resultados por etapas, van convergiendo hacia un consenso (McKenna, 1994), manteniendo su anonimato entre el panel (Okoli y Pawlowski, 2004).

Grupo coordinador y selección de expertos

De acuerdo con Pashiardis (1993) se establece un grupo coordinador formado por integrantes del Observatorio de Buena Gobernanza de la Universidad Rey Juan Carlos y del Osservatorio su Política e Istituzioni de la Università di Pisa, encargado de

elaborar el protocolo de trabajo, el contacto con expertos, la adecuación de la investigación al contexto italiano y la interpretación de resultados.

Para seleccionar los expertos se lleva a cabo un muestreo intencional no probabilístico inicial (Palinkas et al., 2015; Campbell et al., 2020) acompañado de la técnica de bola de nieve (Goodman, 1961) implementada entre quienes rechazaran participar. Los expertos se dividen en cuatro grupos, seleccionados con criterios consensuados por el grupo coordinador: grupo corrupción —profesionales de diferentes instituciones y asociaciones italianas; jueces, fiscales y profesores universitarios de derecho y sociología, todos especializados en corrupción—, grupo medios —periodistas de reconocido prestigio por sus investigaciones sobre corrupción en Italia y profesores universitarios especializados en los efectos de los medios— grupo liderazgo —profesores universitarios expertos en personalización de la política, liderazgo populista y carismático en Italia— y grupo ciencia política —profesores universitarios que han centrado sus estudios en la corrupción como fenómeno político en Italia—.

Para la selección de los profesores universitarios se ha tenido en cuenta sus publicaciones académicas —libros o artículos— y su participación en proyectos de investigación. Ambos criterios deben estar relacionados con su respectivo grupo.

La distribución de la muestra inicial se puede observar en la Tabla 1.

TABLA 1.
MUESTRA INICIAL DE EXPERTOS

Grupo	Sub-grupo	Expertos	Peso
<i>Corrupción</i>	TOTAL	32	46%
	Instituciones	8	11%
	Asociaciones	8	11%
	Profesores	16	23%
<i>Medios</i>	TOTAL	18	26%
	Periodistas	2	3%
	Profesores	16	23%
<i>Liderazgo</i>	TOTAL	11	16%
	Profesores	11	16%
<i>Ciencia Política</i>	TOTAL	9	13%
	Profesores	9	13%
TOTAL		70	100%

Fuente: elaboración propia.

El grupo coordinador ha tenido en cuenta todas las respuestas de manera equivalente, sin diferenciaciones ni ponderaciones (Camisón et al., 2009; Campos Climent, Melián Navarro y Sanchis Palacio, 2014), asumiendo que no existe ningún tipo de correlación entre el conocimiento de los expertos consultados y su precisión en las respuestas (Sackman, 1974).

Etapas de la investigación

El estudio cuenta con tres rondas iterativas predefinidas para evitar forzar a los expertos a cambiar de opinión —uno de los mayores riesgos del método Delphi— (Landeta, 2002), a través de correo electrónico y de Microsoft Forms 365. En la primera de ellas se envió un cuestionario compuesto por cinco preguntas abiertas acerca de la percepción de la corrupción en Italia, el efecto de los medios de comunicación y el del liderazgo de Silvio Berlusconi (Anexo I).

Una vez respondidas, se llevó a cabo una codificación temática inductiva (Braun y Clarke, 2006, 2012) y se identificaron 36 categorías, divididas en cinco dimensiones/temas y reformuladas en forma de afirmaciones (Anexo II). Estas fueron enviadas en una segunda ronda a los expertos que respondieron en primer lugar para su valoración en una escala Likert (1-5) donde 1 significa muy en desacuerdo y 5 significa muy de acuerdo.

Recibidas las respuestas, se llevó a cabo un análisis preliminar de los estadísticos descriptivos y se repitió el proceso, esta vez adjuntando los resultados de la mediana, desviación típica, mínimo y máximo de cada afirmación para ser tenidos en cuenta al valorarlas de nuevo (Anexo III).

El total de expertos que respondieron a cada una de estas etapas se puede comprobar en la Tabla 2.

TABLA 2.
EXPERTOS PARTICIPANDO EN CADA RONDA

Grupo	Sub-grupo	1º Ronda	2º Ronda	3º Ronda
<i>Corrupción</i>	TOTAL	12	9	9
	Instituciones	2	2	2
	Asociaciones	1	1	1
	Profesores	9	6	6
<i>Medios</i>	TOTAL	4	3	3
	Periodistas	1	1	1
	Profesores	3	2	2
<i>Liderazgo</i>	TOTAL	2	1	1
	Profesores	2	1	1
<i>Ciencia Política</i>	TOTAL	2	2	2
	Profesores	2	2	2
TOTAL		20	15	15

Fuente: elaboración propia.

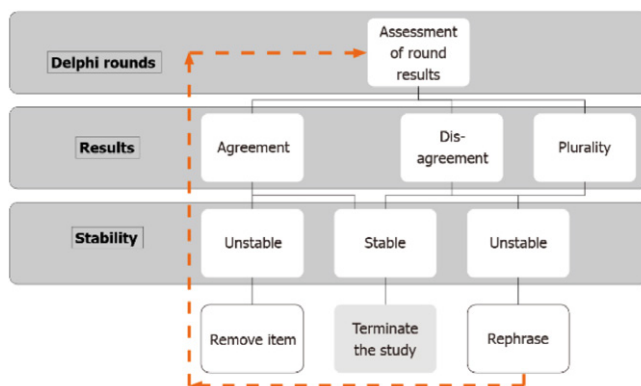
Criterios de consenso y estabilidad

Los resultados se analizan mediante la medición del consenso en las respuestas, siguiendo los criterios establecidos por Landeta (2002) y Diamond et al. (2014). Se lleva a cabo el proceso descrito en la Figura 1.

Nos centraremos en los resultados de la tercera ronda, utilizando el Rango Intercuartílico ($IQR = q_3 - q_1$) como indicador robusto para analizar la dispersión de respuestas (von der Gracht, 2012:1531; Diamond et al., 2014:405). Se asumirá la existencia de consenso cuando $IQR \leq 1$ (ver Anexo IV) (Raskin, 1994; Rayens y Hahn, 2000; De Vet et al., 2005).

GRÁFICO 1.

FIN DEL PROCESO DELPHI



Fuente: Nasa, Jain y Juneja (2021), adaptado de Dajani, Sincoff y Talley (1979).

En aquellas categorías consensuadas, se entenderá que existe acuerdo o desacuerdo si al menos el 50% de los miembros del panel se ubican en los extremos inferiores —valores 1 y 2— o superiores —valores 4 y 5— de la escala Likert, respectivamente (Foth et al., 2016; Barrios et al., 2021). Si las respuestas no se ubican en estos umbrales, se considerarán las opiniones como plurales (Dajani, Sincoff y Talley, 1979; von der Gracht, 2012), implicando que existe una mayoría de expertos orientada hacia una de las repuestas, pero menor al 50%.

Analizado el consenso se mide la estabilidad de las respuestas utilizando la prueba de la suma de rangos de Wilcoxon (Funabashi et al., 2021) con SPSS Statistics 25, que permite comparar dos muestras independientes en estudios Delphi similares (Seagle y Iverson, 2002). Se aplicará con un nivel de significación de .05, considerando que un valor p-valor mayor a .05 indicará que no hay diferencias significativas entre las medianas de las muestras (Anexo IV).

Para el análisis de resultados se primará la existencia de consenso en las respuestas. En el caso de que no existiera, se descartará la categoría. El análisis de la estabilidad nos permitirá saber si el método se ha desarrollado correctamente y se puede dar por finalizado.

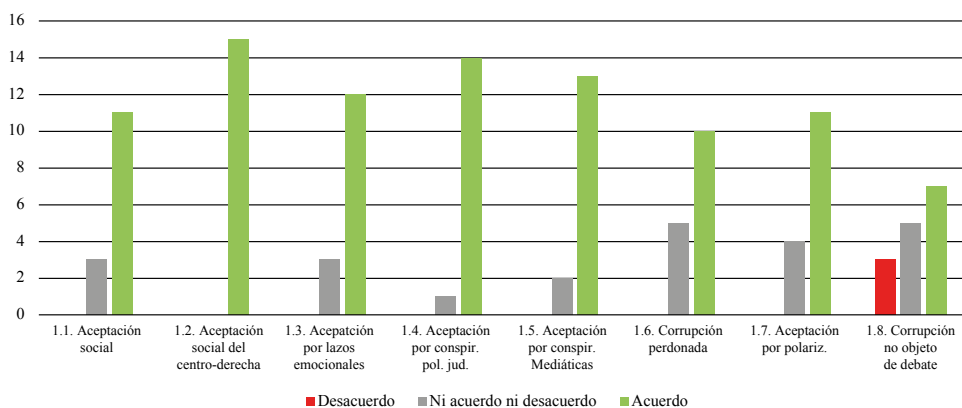
RESULTADOS

H1. Liderazgo y normalización

Siguiendo el orden de las hipótesis, primero se analiza qué opinión tiene nuestro panel sobre el impacto de Silvio Berlusconi y de los elementos de su liderazgo que le permitirían normalizar la percepción de sus escándalos. La primera dimensión (Gráfico 2) goza de consenso metodológico y estabilidad en todas las categorías, por lo que no es necesario descartar ninguna.

GRÁFICO 2.

ACEPTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL LIDERAZGO DE BERLUSCONI



Fuente: elaboración propia.

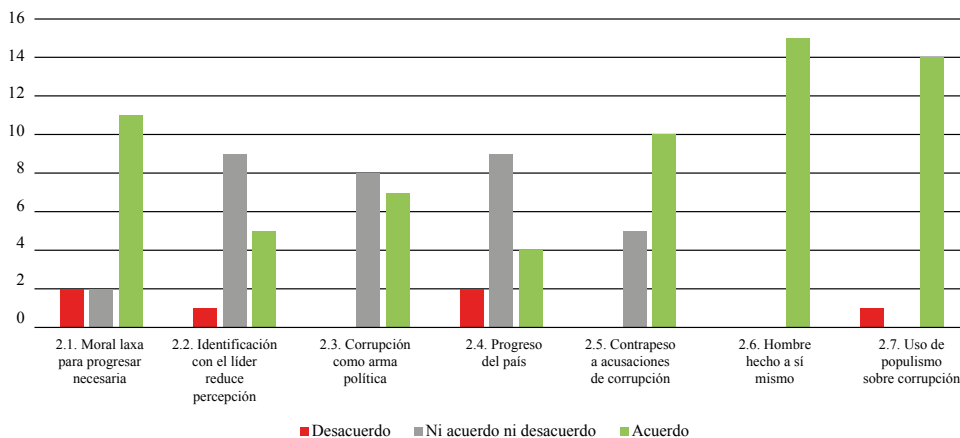
Esta dimensión se caracteriza por un gran acuerdo en la mayoría de las categorías de análisis. Primeramente, se puede comprobar un consenso mayoritario en que aún hoy en día la figura de Silvio Berlusconi sigue estando socialmente aceptada, sobre todo entre el electorado de centroderecha. Uno de los principales motivos de esa aceptación sería, en opinión de los expertos, por la capacidad del ex primer ministro de generar lazos emocionales con el electorado.

Existe un gran acuerdo en cómo Berlusconi logró esta aceptación social mediante sus discursos sobre la existencia de conspiraciones políticas, judiciales y mediáticas. Este consenso se vuelve mayoritario sobre cómo la sociedad italiana ha perdonado su corrupción, y en su mayoría consideran que sus escándalos ya han dejado de formar parte del debate público —en este caso, las opiniones son plurales—. El último elemento con acuerdo mayoritario en esta dimensión es que la aceptación social de Berlusconi fue favorecida por las dinámicas políticas que conducían a la polarización.

Una segunda dimensión (Gráfico 3) permite analizar la conexión entre el liderazgo carismático, sus elementos y la normalización de los escándalos de Berlusconi. Todas sus categorías gozan de consenso metodológico y estabilidad.

GRÁFICO 3.

EFECTOS DEL LIDERAZGO CARISMÁTICO Y POPULISTA SOBRE LA NORMALIZACIÓN DE LA CORRUPCIÓN



Fuente: elaboración propia

En primer lugar, existe acuerdo sobre cómo Berlusconi extendió un sentimiento generalizado de que es necesario tener una moral laxa para poder progresar y que es identificado socialmente como un hombre hecho a sí mismo. También creen que su liderazgo carismático ejerció como contrapeso a las acusaciones de corrupción que recibió y que fomentó el populismo en torno a la corrupción.

Cabe destacar la opinión neutral al afirmar que Berlusconi utilizó la corrupción como arma política, al igual que cuando los expertos opinan sobre la percepción social de que Italia fue capaz de progresar gracias al primer ministro o sobre que la identificación con Berlusconi reduce la percepción social de la corrupción.

En conjunto, el análisis del panel de expertos indica que el liderazgo carismático y populista de Berlusconi jugó un papel fundamental en la mitigación de los efectos negativos de sus escándalos de corrupción. La conexión emocional con sus seguidores, su proyección como un “hombre hecho a sí mismo”, combinados con un discurso de conspiración y un entorno de polarización política, ha favorecido una “amnistía social” hacia sus actos de corrupción, según los propios expertos. Su narrativa de victimización y resiliencia desvía la atención de sus transgresiones éticas y las integra en una narrativa que su base electoral acepta, o al menos tolera, como parte de su estilo político.

Así, el testeo de la hipótesis H1 sugiere que la combinación de carisma y populismo en el liderazgo de Berlusconi logró disminuir el impacto social de sus escándalos de corrupción, instalando una actitud permisiva que ha facilitado la aceptación de conductas corruptas como una realidad casi inevitable en la política italiana.

H2. Medios, percepción de la corrupción y Berlusconi.

A través de dos dimensiones más se analiza la H2. En la primera dimensión se muestran los impactos/efectos que los expertos consideran que los medios tienen sobre la percepción de la corrupción (Gráfico 4). Solo hay una categoría sin consenso metodológico, la 3.3 —la cobertura mediática de los escándalos ha favorecido la polarización—. Todas las repuestas son estables, por lo que se procede a descartar la categoría 3.3 de los resultados finales.

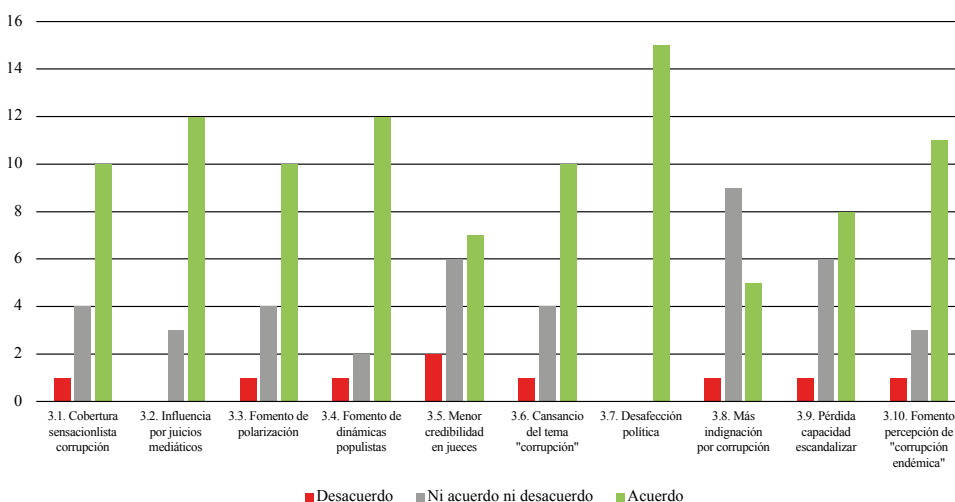
Se puede observar un amplio grado de acuerdo en la mayoría de las categorías. Los expertos consideran que la cobertura mediática de los casos de corrupción en Italia es sensacionalista, así como influye a la opinión pública mediante juicios mediáticos. También concuerdan en que los medios han favorecido históricamente la generación de dinámicas populistas mediante la cobertura de los casos de corrupción.

Sobre los efectos de los medios, se observan consensos en que la cobertura de la corrupción ha fomentado un cansancio generalizado de la opinión pública, así como han contribuido a una mayor desafección política —hacia los políticos, los partidos y la política, en general—. En cuanto a la influencia de los medios en la disminución de la credibilidad de la justicia, la opinión es plural, aunque mayoritariamente se muestra de acuerdo.

El panel se muestra mayoritariamente neutral al considerar que los medios han fomentado una mayor indignación social por la corrupción. Esta afirmación concuerda con los resultados de la última categoría: los medios han perdido su capacidad de escandalizar.

GRÁFICO 4.

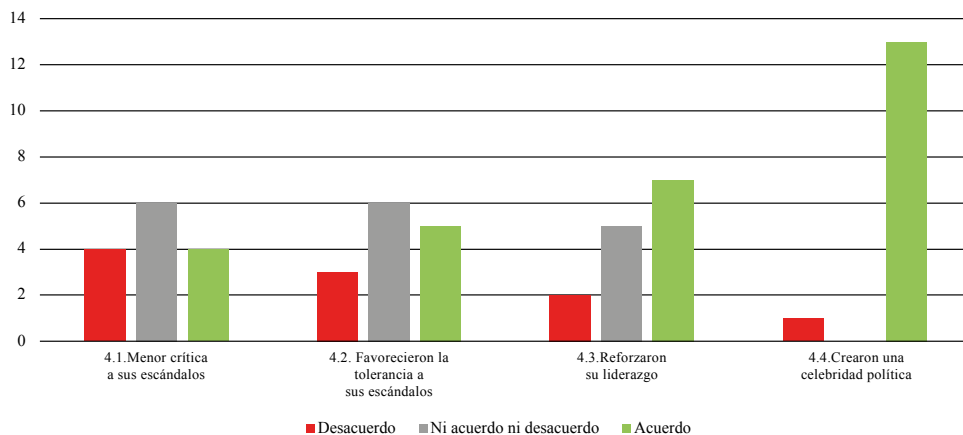
INFLUENCIA MEDIÁTICA SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN Y LA CONFIANZA SOCIAL



Fuente: elaboración propia

En una segunda de dimensión (Gráfico 5), los expertos reflexionan sobre cómo los medios representaron a Silvio Berlusconi. No se aprecia consenso en la categoría 4.1 —menor crítica a la corrupción de Berlusconi— con una IQR > 1. Todas las respuestas son estables, por lo que se procede a descartar la categoría que no goza de consenso.

GRÁFICO 5.
REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE BERLUSCONI



Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, la mayoría del panel se muestra neutral al considerar que los medios han favorecido una mayor tolerancia hacia los casos de corrupción de Berlusconi. Solo en las dos últimas la mayoría del panel se muestra de acuerdo: en la primera, sobre cómo los medios reforzaron el liderazgo político de Silvio Berlusconi —con opiniones plurales—; y en la última, sobre cómo estos crearon una celebridad política del empresario —con un acuerdo casi total—.

En conjunto, el análisis del panel de expertos sugiere que la cobertura mediática sobre Silvio Berlusconi ha tenido un papel en la normalización de la corrupción, al tratar sus acciones de forma sensacionalista, lo que ha contribuido a trivializar el impacto de sus conductas en la opinión pública. El cansancio generalizado, la desafección política y el refuerzo de su liderazgo como figura carismática son indicadores que apuntan a una desensibilización de la audiencia frente a la corrupción.

Así, el testeo de la hipótesis H2 indica que la cobertura mediática de los escándalos de Berlusconi ha influido en la percepción sus escándalos, disminuyendo la capacidad de los medios para escandalizar y promoviendo una actitud de tolerancia y permisividad hacia sus acciones.

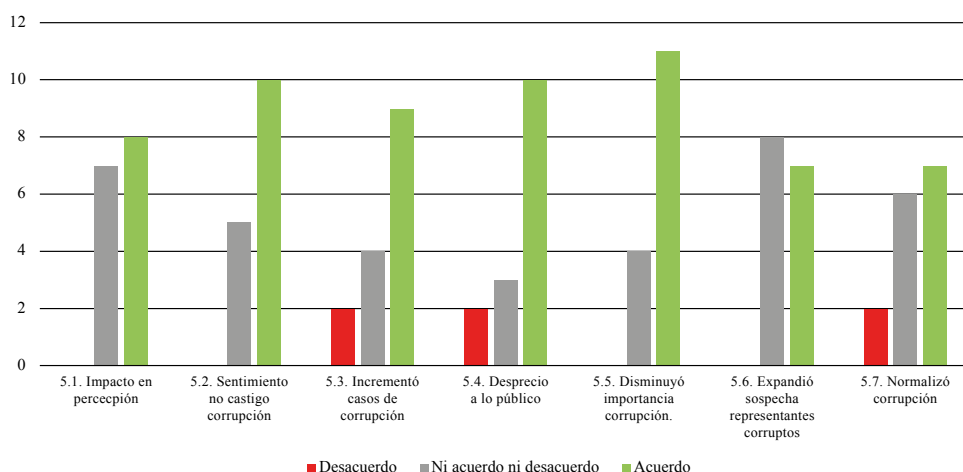
H3. Normalización de la corrupción y Berlusconi

Una última dimensión (Gráfico 6) permite analizar la forma en que los escándalos de corrupción se pueden haber normalizado como consecuencia de los mandatos ejecutivos de Silvio Berlusconi en Italia. Solo una categoría no goza de consenso metodológico: la 5.4 —aumento de los casos de corrupción—, cuyo IQR = 1.5. Todas las respuestas son estables, por lo que se procede a descartar esta última con el fin del proceso iterativo.

Bastantes categorías gozan de un amplio acuerdo. En la primera, los expertos consideran que Berlusconi sí que tuvo un impacto sobre la percepción social de la corrupción en Italia ¹. En este mismo sentido, la mayoría de expertos se muestra neutral que expandió la sospecha de que todos los representantes públicos son corruptos.

GRÁFICO 6.

IMPACTO DEL LIDERAZGO DE BERLUSCONI SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN.



Fuente: elaboración propia.

Sobre los efectos sociales del liderazgo de Berlusconi, los expertos consideran que expandió la sensación de que la corrupción no se castiga, así como un desprecio social generalizado hacia lo público. También existe un acuerdo en que Silvio Berlusconi, como líder, fomentó la disminución de la importancia que la sociedad otorga al fenómeno de la corrupción y que, mayoritariamente, normalizó la corrupción en Italia —respuesta plural—.

Los resultados obtenidos de los expertos permiten vincular el liderazgo de Berlusconi con un proceso de normalización de la corrupción en Italia. Las categorías de

1 La afirmación que se trasladó al panel estaba desarrollada en un sentido negativo (Anexo II), por lo que para su análisis se procedió a su recodificación.

consenso indican que, bajo su mandato, se estableció un modelo de liderazgo en el que la corrupción se percibía como un fenómeno inevitable o incluso tolerable. Esta narrativa sugiere que la influencia de Berlusconi fue tal que instaló una percepción de impunidad y falta de castigo, modelando la cultura política hacia una tolerancia mayor a la corrupción.

Las respuestas de los expertos que apoyan la disminución de la importancia otorgada a la corrupción y la expansión de la sospecha hacia todos los representantes públicos son particularmente relevantes. Según el panel, estas respuestas demuestran que el legado de Berlusconi ha dejado un impacto duradero en la percepción social, instaurando, a su juicio, una actitud cínica o resignada hacia la corrupción propia de la “corrupción blanca”.

DISCUSIÓN

El análisis realizado de las opiniones y consensos del panel de expertos sobre el liderazgo de Silvio Berlusconi sugiere que su estilo carismático y populista pudo contribuir a la normalización de sus escándalos de corrupción en Italia. Los expertos coinciden en que la combinación de su figura personalista y su acceso mediático facilitó que los escándalos perdieran peso como problemas éticos y fueran percibidos, en gran medida, como parte inevitable de su perfil político y empresarial. Esta normalización parece haberse apoyado en la capacidad de Berlusconi para conectar emocionalmente con el electorado, aspecto reforzado por la cobertura mediática italiana.

Los expertos señalan cómo Berlusconi fue capaz de cultivar una sensación social de impunidad generalizada ante la corrupción. A través de este estudio, podemos comprobar que Berlusconi catalizó la normalización sus casos de corrupción, llegando a ser percibida como algo que no se castiga, restándole la importancia que tiene o incluso potenciando la aceptación de los conflictos de interés como parte de la vida política (Heidenheimer, 2007), siendo algo aceptable en Berlusconi. La corrupción dejó de ser un acto censurable para percibirse como un delito no castigado que se usa políticamente y tras el cual siempre hay intereses espurios (Morris & Klesner, 2010).

El panel también señala que el fenómeno de la personalización de la política, iniciado y liderado por Berlusconi (Campus, 2010), le otorgó una legitimación especial que parece haber amortiguado el impacto de sus escándalos de corrupción. En línea con Karvonen (2010) y Garzia (2011) la gran desafección hacia los partidos tradicionales como consecuencia del Caso Tangentopoli (Musella, 2014) permitió a Berlusconi ser la figura central de su la política italiana y de su partido, Forza Italia (Pasquino, 2014; Valbruzzi, 2024). La televisión, como elemento imprescindible para la personalización de la política, jugó un papel primordial en el impacto de Berlusconi sobre la percepción de la corrupción. Generó un caldo de cultivo perfecto para su triunfo: más desafección política, sensacionalismo en torno a la corrupción y percepción de esta como un fenómeno endémico, dinámicas populistas y una erosión generalizada de la confianza en las instituciones. Al mismo tiempo, los mismos medios de

comunicación se encargaron de reforzar el liderazgo de Berlusconi, creando una celebridad política y facilitando que se proyectara un liderazgo de gran popularidad y competencia política (Garzia, 2017). El panel va más allá: los medios permitieron eclipsar los aspectos negativos de sus actos consolidando su figura en el imaginario colectivo y disminuyendo la crítica hacia sus actos de corrupción.

Siguiendo con su estilo de liderazgo, los expertos ofrecen otra clave para entender la normalización de sus escándalos. Berlusconi inició su trayectoria política como un líder carismático, proyectándose como un salvador en tiempos de crisis extraordinaria para Italia (Pasquino, 2014). Con el tiempo, esta imagen fue evolucionando hacia un estilo populista estrechamente relacionado con el discurso de la corrupción. En este contexto, el panel considera que Berlusconi utilizó esta estrategia populista para consolidar la percepción de que sus escándalos eran el resultado de un sistema corrupto, donde se incluyen a jueces, políticos y medios, que intentaba frenar su labor, lo que favoreció una mayor permisividad social hacia sus actos. McNally (2016) descubrió que quienes consideraban la corrupción como justificable tenían una mayor predisposición a votar a Berlusconi. En nuestro paper profundizamos en su descubrimiento: tal fue el impacto de su liderazgo que, a día de hoy, según el panel, la figura política de Berlusconi sigue siendo aceptada tanto por la sociedad italiana en general, como por el electorado de centroderecha; y sus escándalos parecen haber sido perdonados. Los resultados, además, indican que quienes consideraban a Berlusconi como un líder necesario y positivo para el país empezaron a justificar la corrupción como algo inevitable para poder sobrevivir en un entorno corrupto, en línea con la normalización de los comportamientos desviados (Vaughan, 1996).

CONCLUSIÓN

Este estudio aporta un análisis novedoso sobre el impacto del liderazgo carismático y populista en la percepción de la corrupción y sugiere que, en contextos de alta mediatización y polarización, los líderes que construyen una imagen personalista pueden moldear la percepción pública de sus actos corruptos hasta el punto de que estos se normalicen. La conexión emocional y el control de la narrativa mediática aparecen como herramientas poderosas en el proceso de desensibilización social frente a la corrupción, planteando interrogantes importantes sobre el rol de los medios y su legitimación de los líderes corruptos en democracias contemporáneas. Desde un punto de vista teórico demuestra cómo la corrupción es un constructo social que puede ser manipulado adecuadamente tanto para legitimar el poder como para atacarlo (Picci, 2024).

El presente análisis, basado en la opinión de un panel de expertos, ofrece una interpretación profunda del caso de Berlusconi, pero presenta algunas limitaciones. La dependencia de las percepciones de expertos puede limitar la capacidad de generalización de los resultados, y futuros estudios podrían beneficiarse de una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos que midan directamente la percepción pública.

En todo caso, en un proceso de avance claro del populismo internacionalmente, este estudio abre la vía para que investigaciones futuras realicen estudios comparativos con otros líderes populistas, en sistemas mediáticos y políticos diferentes, para explorar hasta qué punto este fenómeno de normalización de la corrupción representa o no un modelo que tenderá a expandirse con el propio avance del populismo y cómo se adapta a las condiciones particulares de cada sistema político y mediático.

En conclusión, los resultados de este estudio sugieren que el liderazgo carismático y populista de Silvio Berlusconi, pudo haber influido en la percepción pública de sus escándalos de corrupción, favoreciendo su normalización. La combinación de su relación con los medios, el atractivo emocional de su figura y la tendencia a justificar sus acciones dentro de su base de apoyo pueden haber jugado un rol crucial en la permisividad social hacia sus actos. Estos hallazgos destacan la importancia de estudiar cómo los líderes carismáticos y populistas pueden moldear la idea de lo que es corrupto y la percepción de la propia corrupción en contextos de mediatización y politización intensa.

El presente trabajo ha sido posible gracias a la financiación proporcionada por las Ayudas para la Formación del Profesorado Universitario (FPU21/03549) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Referencias

- Abramo, C.W. (2008) 'How Much Do Perceptions of Corruption Really Tell Us?', *Economics*, 2(1). Available at: <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2008-3>.
- Van Aelst, P., Sheafer, T. and Stanyer, J. (2012) 'The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings', *Journalism*, 13(2), pp. 203-220. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884911427802>.
- Agnew, J.A. (2011) 'The Big Seducer: Berlusconi's Image at Home and Abroad and the Future of Italian Politics', *California Italian Studies*, 2(1).
- Albertazzi, D. and McDonnell, D. (2008) 'Introduction: The Sceptre and the Spectre', in D. Albertazzi and D. McDonnell (eds) *Twenty-First Century Populism. The Spectre of Western European Democracy*. New York: Palgrave Macmillan, pp. 1-14.
- Allern, S. and Von Sikorski, C. (2018) 'Political Scandals as a Democratic Challenge: From Important Revelations to Provocations, Trivialities, and Neglect', *International Journal of Communication*, 12, pp. 3014-3023. Available at: <http://ijoc.org>.
- Anderson, C.J. and Tverdova, Y. V. (2003) 'Corruption, political allegiances, and attitudes toward government in contemporary democracies', *American Journal of Political Science*, 47(1), pp. 91-109. Available at: <https://doi.org/10.1111/1540-5907.00007>.
- Andersson, S. and Heywood, P.M. (2009) 'The Politics of Perception: Use and Abuse of Transparency International's Approach to Measuring Corruption',

- Political Studies, 57(4), pp. 746-767. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2008.00758.x>.
- Bågenholm, A. and Charron, N. (2014) 'Do Politics in Europe Benefit from Politicising Corruption?', *West European Politics*, 37(5), pp. 903-931. Available at: <https://doi.org/10.1080/01402382.2014.909164>.
- Balmas, M. and Sheafer, T. (2014) 'Charismatic Leaders and Mediated Personalization in the International Arena', *Communication Research*, 41(7), pp. 991-1015. Available at: <https://doi.org/10.1177/0093650213510936>.
- Barrios, M. et al. (2021) 'Consensus in the delphi method: What makes a decision change?', *Technological Forecasting and Social Change*, 163, p. 120484. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120484>.
- Becker, H. (1963) *Outsiders. Hacia una Sociología de la Desviación. Siglo XXI*.
- Berselli, E. (2001) 'The Crisis and Transformation of Italian Politics', *Daedalus*, 130(3), pp. 1-24.
- Berti, C. (2019) 'Rotten Apples or Rotten System? Media Framing of Political Corruption in New Zealand and Italy', *Journalism Studies*, 20(11), pp. 1580-1597. Available at: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1530068>.
- Blokker, P. (2017) 'The Grande Riforma of the Italian constitution: majoritarian versus participatory democracy?', *Contemporary Italian Politics*, 9(2), pp. 124-141. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2017.1338446>.
- Bobbio, N. (2008) *Contro i nuovi dispotismi. Scritti sul berlusconismo*. Edizioni Dedalo.
- Bobbio, N. and Viroli, M. (2003) *The Idea of Republic*. Cambridge: Polity Press.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006) 'Using thematic analysis in psychology', *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77-101. Available at: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
- Braun, V. and Clarke, V. (2012) 'Thematic Analysis', in H. Cooper (ed.) *Handbook of Research Methods in Psychology*. American Psychological Association, pp. 57-71.
- Briquet, J.L. (2009a) 'A crisis of legitimacy in Italy: The scandals facing the First Republic (1992-1994)', *International Social Science Journal*, 60(196), pp. 297-309. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2010.01719.x>.
- Briquet, J.L. (2009b) 'Scholarly formulations of a political category: Clientelism and the sociohistorical interpretation of the "Italian case"', *Modern Italy*, 14(3), pp. 339-356. Available at: <https://doi.org/10.1080/13532940902812756>.
- Bryman, A. (2012) *Social Research Methods. Fourth*. Oxford University Press.
- Camisón, C. et al. (2009) '¿Hacia dónde se dirige la función de calidad?: la visión de expertos en un estudio Delphi', *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2), pp. 13-38.
- Campbell, S. et al. (2020) 'Purposive sampling: complex or simple? Research case examples', *Journal of Research in Nursing*, 25(8), pp. 652-661. Available at: <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>.
- Campos Climent, V., Melián Navarro, A. and Sanchis Palacio, J.R. (2014) 'El método Delphi como técnica de diagnóstico estratégico. Estudio empírico aplicado a las

- empresas de inserción en España', *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23(2), pp. 72-81. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.reddee.2013.06.002>.
- Campus, D. (2010) 'Mediatization and Personalization of Politics in Italy and France: The Cases of Berlusconi and Sarkozy', *The International Journal of Press/Politics*, 15(2), pp. 219-235. Available at: <https://doi.org/10.1177/1940161209358762>.
- Cano Campos, T. (1997) 'El régimen jurídico-administrativo de la radiotelevisión en Italia', *Revista de Administración Pública*, 142, pp. 523-571.
- Caprara, G.V. et al. (2007) 'When Likeness Goes with Liking: The Case of Political Preference', *Political Psychology*, 28(5), pp. 609-632. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2007.00592.x>.
- Carassale, S. (2013) 'Corrupción', *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 4, pp. 172-178.
- Cazzola, F. (1992) *L'italia del Pizzo. Fenomenologia della tangente quotidiana*. Einaudi.
- Clinard, M.B. and Meier, R.F. (2011) 'The Nature and Meaning of Deviance', in M.B. Clinard and R.F. Meier (eds) *Sociology of Deviant Behavior*. Belmont: Wadsworth, pp. 1-44.
- Close, C. et al. (2023) 'A scandal effect? Local scandals and political trust', *Acta Politica*, 58(1), pp. 212-236. Available at: <https://doi.org/10.1057/s41269-022-00241-y>.
- Conger, J.A. (1998) 'Qualitative research as the cornerstone methodology for understanding leadership', *The Leadership Quarterly*, 9(1), pp. 107-121. Available at: [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(98\)90044-3](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(98)90044-3).
- Dajani, J.S., Sincoff, M.Z. and Talley, W.K. (1979) 'Stability and Agreement Criteria for the Termination of Delphi Studies', *Technological Forecasting and Social Change*, 13, pp. 83-90.
- Dalton, R. and Wattenberg, M. (2000) *Parties Without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Edited by R. Dalton and M. Wattengberg. Oxford: Oxford University Press.
- Diamond, I.R. et al. (2014) 'Defining consensus: A systematic review recommends methodologic criteria for reporting of Delphi studies', *Journal of Clinical Epidemiology*, 67(4), pp. 401-409. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2013.12.002>.
- Fabbrini, S. (2013) 'The rise and fall of Silvio Berlusconi: Personalization of politics and its limits', *Comparative European Politics*, 11(2), pp. 153-171. Available at: <https://doi.org/10.1057/cep.2012.18>.
- Fisman, R. and Svensson, J. (2007) 'Are corruption and taxation really harmful to growth? Firm level evidence', *Journal of Development Economics*, 83(1), pp. 63-75. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2005.09.009>.
- Focht, A. (2015) 'Identifying Primary Characteristics of Servant Leadership: Delphi Study', *International Journal of Leadership Studies*, 9(1), pp. s44-61.
- Foth, T. et al. (2016) 'The use of Delphi and Nominal Group Technique in nursing education: A review', *International Journal of Nursing Studies*, 60, pp. 112-120. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2016.04.015>.

- Funabashi, M. et al. (2021) 'Expert consensus on a standardised definition and severity classification for adverse events associated with spinal and peripheral joint manipulation and mobilisation: protocol for an international e-Delphi study', *BMJ Open*, 11(11), p. e050219. Available at: <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2021-050219>.
- Garrett, N. et al. (2016) 'The brain adapts to dishonesty', *Nature Neuroscience*, 19(12), pp. 1727-1732. Available at: <https://doi.org/10.1038/nn.4426>.
- Garzia, D. (2011) 'The personalization of politics in Western democracies: Causes and consequences on leader-follower relationships', *Leadership Quarterly*, 22(4), pp. 697-709. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.05.010>.
- Garzia, D. (2013) 'Changing Parties, Changing Partisans: The Personalization of Partisan Attachments in Western Europe', *Political Psychology*, 34(1), pp. 67-89. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00918.x>.
- Garzia, D. (2014) *Personalization of Politics and Electoral Change*. Palgrave Macmillan.
- Garzia, D. (2017) 'Personalization of Politics Between Television and the Internet: Leader Effects in the 2013 Italian Parliamentary Election', *Journal of Information Technology & Politics*, 14(4), pp. 403-416. Available at: <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1365265>.
- Ginsborg, P. (2003) 'Las ambiciones patrimoniales de Silvio Berlusconi', *New Left Review*, 22, pp. 34-74.
- Ginsborg, P. (2005) 'Silvio Berlusconi: Television, Power and Patrimony', Verso Books.
- Ginsborg, P., y Asquer, E. (2011). *Berlusconismo. Analisi di un sistema di potere*. Editori Laterza.
- Giugni, L. and Lazar, M. (2013) 'The 2013 Italian elections in historical perspective', *Contemporary Italian Politics*, 5(2), pp. 149-165. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2013.815490>.
- Goodman, L.A. (1961) 'Snowball Sampling', *The Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), pp. 148-170. Available at: <https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148>.
- von der Gracht, H.A. (2012) 'Consensus measurement in Delphi studies', *Technological Forecasting and Social Change*, 79(8), pp. 1525-1536. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.04.013>.
- Grimaldi, S. (2015) 'The President during the so-called Second Republic: from veto player to first in command?', *Contemporary Italian Politics*, 7(1), pp. 76-92. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2014.1002247>.
- Gundle, S. (1998) 'The death (and re-birth) of the hero: charisma and manufactured charisma in modern Italy', *Modern Italy*, 3(02), pp. 173-189. Available at: <https://doi.org/10.1080/13532949808454802>.
- Gunther, R. and Diamond, L. (2003) 'Species of Political Parties: A New Typology', *Party Politics*, 9(2), pp. 167-199. Available at: <https://doi.org/10.1177/13540688030092003>.
- Hallin, D. and Mancini, P. (2004) *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.

- Hanley, S. and Sikk, A. (2016) 'Economy, corruption or floating voters? Explaining the breakthroughs of anti-establishment reform parties in eastern Europe', *Party Politics*, 22(4), pp. 522-533. Available at: <https://doi.org/10.1177/1354068814550438>.
- Hartman, L.E. (2013) *Identifying the Individual and Situational Factors of Ethical and Unethical Leadership: A Delphi Study*. Capella University.
- Heidenheimer, A.J. (1970) 'The Context of Analysis', in A.J. Heidenheimer (ed.) *Political Corruption. Readings in Comparative Analysis*. New York: Routledge.
- Heidenheimer, A.J. (2007) 'Perspectives on the Perception of Corruption', in A.J. Heidenheimer and M. Johnston (eds) *Political Corruption. Concepts and Context*. 3rd edn. New Brunswick: Transaction Publishers, pp. 141-154.
- Holmberg, S. and Rothstein, B. (2012) *Good Government: The Relevance of Political Science*. Edited by S. Holmberg and B. Rothstein. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Holtz-Bacha, C., Langer, A.I. and Merkle, S. (2014) 'The personalization of politics in comparative perspective: Campaign coverage in Germany and the United Kingdom', *European Journal of Communication*, 29(2), pp. 153-170. Available at: <https://doi.org/10.1177/0267323113516727>.
- Ignazi, P. (2014). *Vent'anni dopo: la parabola del berlusconismo*. Il Mulino.
- Karnoven, L. (2010) *The Personalisation of Politics. A Study of Parliamentary Democracies*. Colchester: ECPR Press.
- King, A. (2003) *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- Klašnja, M. (2017) 'Uninformed Voters and Corrupt Politicians', *American Politics Research*, 45(2), pp. 256-279. Available at: <https://doi.org/10.1177/1532673X16684574>.
- Klašnja, M., Tucker, J.A. and Deegan-Krause, K. (2016) 'Pocketbook vs. Sociotropic Corruption Voting', *British Journal of Political Science*, 46(1), pp. 67-94. Available at: <https://doi.org/10.1017/S0007123414000088>.
- Klitgaard, R. (1988) *Controlling Corruption*. University of California Press.
- Koff, S.Z. and Koff, S.P. (2000) *Italy. From the First to the Second Republic*. London, New York: Routledge.
- Kumlin, S. and Esaiasson, P. (2012) 'Scandal Fatigue? Scandal Elections and Satisfaction with Democracy in Western Europe, 1977-2007', *British Journal of Political Science*, 42(2), pp. 263-282. Available at: <https://doi.org/10.1017/S000712341100024X>.
- Lambsdorff, J.G., Taube, M. and Schramm, Matthias (2005) 'Corrupt contracting', in J.G. Lambsdorff, M. Taube, and Matthias Schramm (eds) *The New Institutional Economics of Corruption*. London, New York: Routledge, pp. 1-15.
- Landeta, J. (2002) *El Método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*. Barcelona: Ariel.
- Linstone, H.A. and Turoff, M. (2002) *The Delphi Method. Techniques and Applications*. Boston: Addison Wesley Publishing.

- Mancini, P. (2011a) *Between commodification and lifestyle politics: does Silvio Berlusconi provide a new model of politics for the twenty-first century?* Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Mancini, P. (2011b) 'Leader, president, person: Lexical ambiguities and interpretive implications', *European Journal of Communication*, 26(1), pp. 48-63. Available at: <https://doi.org/10.1177/0267323110394835>.
- Mancini, P. (2018) "'Assassination Campaigns": Corruption Scandals and News Media Instrumentalization', *International Journal of Communication*, 12, pp. 3067-3086. Available at: <http://ijoc.org>.
- Mariotti, C. (2011) 'Berlusconism: Some Empirical Research', *Bulletin of Italian Politics*, 3(1), pp. 35-57.
- Mauro, P. (1995) 'Corruption and Growth', *The Quarterly Journal of Economics*, 110(3), pp. 681-712.
- Mazzoleni, G. and Schulz, W. (1999) "'Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy?', *Political Communication*, 16(3), pp. 247-261. Available at: <https://doi.org/10.1080/105846099198613>.
- Mazzoleni, G. and Sfaridini, A. (2009) *Politica Pop. Da 'Porta Porta' a 'L'isola dei famosi'*. Il Mulino.
- McDonnell, D. (2013) 'Silvio Berlusconi's Personal Parties: From Forza Italia to the Popolo Della Libertà', *Political Studies*, 61(1_suppl), pp. 217-233. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2012.01007.x>.
- McKenna, H.P. (1994) 'The Delphi technique: a worthwhile research approach for nursing?', *Journal of Advanced Nursing*, 19(6), pp. 1221-1225. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.1994.tb01207.x>.
- McNally, D. (2016) 'Norms, Corruption, and Voting for Berlusconi', *Politics & Policy*, 44(5), pp. 976-1008. Available at: <https://doi.org/10.1111/polp.12173>.
- Meričková, B.M. et al. (2017) 'Economic, Political, Social Factor of Corruption in the Slovak Republic', *NISPAce Journal of Public Administration and Policy*, 10(1), pp. 99-120. Available at: <https://doi.org/10.1515/nispa-2017-0005>.
- Moorhouse, J.R. (2002) *Desired Characteristics of Ethical Leaders in Business, Educational, Political, and Religious Organizations From East Tennessee: A Delphi Investigation*. East Tennessee State University.
- Morris, S.D. and Klesner, J.L. (2010) 'Corruption and trust: Theoretical considerations and evidence from Mexico', *Comparative Political Studies*, 43(10), pp. 1258-1285. Available at: <https://doi.org/10.1177/0010414010369072>.
- Mudde, C. (2004) 'The Populist Zeitgeist', *Government and Opposition*, 39(4), pp. 541-563. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>.
- Mudde, C., y Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: a very short introduction*. Oxford University Press.
- Musella, F. (2014) 'How personal parties change: party organisation and (in)discipline in Italy (1994-2013)', *Contemporary Italian Politics*, 6(3), pp. 222-237. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2014.969005>.

- Nasa, P., Jain, R. and Juneja, D. (2021) 'Delphi methodology in healthcare research: How to decide its appropriateness Conflict-of-interest statement', *World Journal of Methodology*, 11(4), pp. 116-129. Available at: <https://doi.org/10.5662/wjm.v11.i4.116>.
- Newell, J.L. (2004) 'Interpretive approaches and the study of Italian politics', *Modern Italy*, 9(2), pp. 247-261. Available at: <https://doi.org/10.1080/1353294042000304983>.
- Newell, J.L. (2009) 'The Lord's Anointed: Silvio Berlusconi and the Conundrums of His Power', *South European Society and Politics*, 14(3), pp. 351-356. Available at: <https://doi.org/10.1080/13608740903342517>.
- Newell, J.L. (2018a) *Parties and Democracy in Italy*. Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315193519>.
- Newell, J.L. (2018b) *Silvio Berlusconi. A Study in Failure*. Manchester University Press. Available at: <https://doi.org/10.7765/9781526133946>.
- Nyhan, B. (2017) 'Media Scandals Are Political Events: How Contextual Factors Affect Public Controversies over Alleged Misconduct by U.S. Governors', *Political Research Quarterly*, 70(1), pp. 223-236. Available at: <https://doi.org/10.1177/1065912916684034>.
- Okoli, C. and Pawlowski, S.D. (2004) 'The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications', *Information & Management*, 42, pp. 15-29. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.11.002>.
- Olken, B.A. (2009) 'Corruption perceptions vs. corruption reality', *Journal of Public Economics*, 93(7-8), pp. 950-964. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2009.03.001>.
- Orsina, G. (2016) 'El berlusconismo', *Ayer*, 104(4), pp. 43-66.
- Orsina, G. (2023). *Il berlusconismo nella storia d'Italia*. Marisilio.
- Paez-Maggio, M. et al. (2022) 'Validation of an events exposure questionnaire for individuals living in major cities of Argentina', *European Journal of Psychotraumatology*, 13(1). Available at: <https://doi.org/10.1080/20008198.2022.2031830>.
- Palau, A. and Davesa, F. (2013) 'El impacto de la cobertura mediática de la corrupción en la opinión pública española', *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 144(1), pp. 97-126. Available at: <https://doi.org/10.5477/cis/reis.144.97>.
- Palinkas, L.A. et al. (2015) 'Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research', *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), pp. 533-544. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>.
- Pappas, T.S. (2016) 'Are Populist Leaders "Charismatic"? The Evidence from Europe', *Constellations*, 23(3), pp. 378-390. Available at: <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12233>.
- Pappas, T.S. (2019) *Populism and Liberal Democracy*. Oxford University Press. Available at: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198837886.001.0001>.
- Pappas, T.S. (2021) 'Political charisma and modern populism', in J.P. Zuquete (ed.) *Routledge International Handbook of Charisma*. London and New York: Routledge, pp. 226-237.

- Pashiardis, P. (1993) 'Group Decision Making: The Role of the Principal', *International Journal of Educational Management*, 7(2), pp. 8-11.
- Pasquino, G. (2008) 'Populism and Democracy', in *Twenty-First Century Populism*. London: Palgrave Macmillan UK, pp. 15-29. Available at: https://doi.org/10.1057/9780230592100_2.
- Pasquino, G. (2013) 'Personalistic leadership, party politics, and the quality of democracy: the case of Italy', *Contemporary Italian Politics*, 5(3), pp. 262-276. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2013.846036>.
- Pasquino, G. (2014) 'Italy: The Triumph of Personalist Parties', *Politics & Policy*, 42(4), pp. 548-566. Available at: <https://doi.org/10.1111/polp.12079>.
- Picci, L. (2024) 'Fighting Corruption, Fighting for Corruption', in L. Picci (ed.) *Rethinking Corruption. Reasons Behind the Failure of Anti-Corruption Efforts*. Cambridge University Press, pp. 207-219. Available at: <https://doi.org/10.1017/9781009468824.015>.
- Poguntke, T. and Webb, P. (2007) *The Presidentialization of Politics: A Comparative Study of Modern Democracies*. New York: Oxford University Press.
- Della Porta, D. (1992) *Lo scambio occulto. Casi di corruzione politica in Italia*. Bologna: Il Mulino.
- Della Porta, D. (2001) 'A judges' revolution? Political corruption and the judiciary in Italy', *European Journal of Political Research*, 39(1), pp. 1-21. Available at: <https://doi.org/10.1111/1475-6765.00567>.
- Della Porta, D. (2016) 'Social Movements', in E. Jones and G. Pasquino (eds) *The Oxford Handbook of Italian Politics*. Oxford University Press, pp. 645-655. Available at: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199669745.013.50>.
- Della Porta, D. and Vannucci, A. (1997) 'The Resources of Corruption: Some Reflections from the Italian Case', *Crime, Law and Social Change*, 27(3/4), pp. 231-254. Available at: <https://doi.org/10.1023/A:1008215600420>.
- Della Porta, D. and Vannucci, A. (2007) 'Corruption and anti-corruption: The political defeat of "Clean Hands" in Italy', *West European Politics*, 30(4), pp. 830-853. Available at: <https://doi.org/10.1080/01402380701500322>.
- Raniolo, F. (2006) 'Forza Italia: A Leader with a Party', *South European Society and Politics*, 11(3-4), pp. 439-455. Available at: <https://doi.org/10.1080/13608740600856470>.
- Raskin, M.S. (1994) 'The Delphi Study in Field Instruction Revisited: Expert Consensus on Issues and Research Priorities', *Journal of Social Work Education*, 30(1), pp. 75-89. Available at: <https://doi.org/10.1080/10437797.1994.10672215>.
- Rayens, M.K. and Hahn, E.J. (2000) 'Building Consensus Using the Policy Delphi Method', *Policy, Politics, & Nursing Practice*, 1(4), pp. 308-315. Available at: <https://doi.org/10.1177/152715440000100409>.
- Rhodes, M. (2016) 'Tangentopoli - More than 20 Years On', in E. Jones and G. Pasquino (eds) *The Oxford Handbook of Italian Politics*. Oxford University Press, pp. 309-324.

- Rooduijn, M. (2014) 'The Nucleus of Populism: In Search of the Lowest Common Denominator', *Government and Opposition*, 49(4), pp. 573-599. Available at: <https://doi.org/10.1017/gov.2013.30>.
- Rose-Ackerman, S. (1999) *Corruption and Government. Causes, Consequences and Reform*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rose-Ackerman, S. (2006) *International Handbook on the Economics of Corruption*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.
- Sackman, H. (1974) *Delphi Assesment: expert opinion, forecasting, and group process*. Santa Mónica.
- Seagle, E. and Iverson, M. (2002) 'Characteristics of the Turfgrass Industry in 2020: a Delphi Study with Implications for Agricultural Education Programs', *Journal of Southern Agricultural Education Research*, 52, pp. 1-13.
- Shacklock, A., Sampford, C. and Connors, C. (2006) 'Introduction', in C. Sampford et al. (eds) *Measuring Corruption*. Hampshire: Ashgate, pp. 1-7.
- Shamir, B., House, R.J. and Arthur, M.B. (1993) 'The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory', *Organization Science*, 4(4), pp. 577-594. Available at: <https://about.jstor.org/terms>.
- Shaw, S.M. (2008) *Leadership Development and the Characteristics/Traits of Ethical and Effective Leaders: The Delphi Technique*. Capella University.
- Sheafer, T. (2008) 'Charismatic communication skill, media legitimacy, and electoral success', *Journal of Political Marketing*, 7(1), pp. 1-24. Available at: <https://doi.org/10.1080/15377850802063983>.
- Strömbäck, J. (2008) 'Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics', *International Journal of Press/Politics*, 13(3), pp. 228-246. Available at: <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>.
- Sy, T., Horton, C. and Riggio, R. (2018) 'Charismatic leadership: Eliciting and channeling follower emotions', *The Leadership Quarterly*, 29(1), pp. 58-69. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.12.008>.
- Taguieff, P.-A. (2003) *L'illusione populista*. Milano: Bruno Mondadori.
- Tarchi, M. (2008) 'Italy: A Country of Many Populisms', in D. Albertazzi and D. McDonnell (eds) *21st Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*. New York: Palgrave Macmillan, pp. 84-99.
- Thompson, J. (2000) *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity.
- Urbinati, N. (2019) *Me the People. How Populism transforms Democracy*. Cambridge: Harvard University Press.
- Uslaner, E.M. (2001) *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge University Press. Available at: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511614934>.
- Uslaner, E.M. (2005) 'Trust and corruption', in J.G. Lambsdorff, M. Taube, and M. Schramm (eds) *The new institutional economics of corruption*. London: Routledge, pp. 76-92.

- Valbruzzi, M. (2024) 'Max Weber meets Silvio Berlusconi's charismatic parties. The history of a spectacular failure', *Contemporary Italian Politics*, pp. 1-15. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2024.2367813>.
- Vaughan, D. (1996) *The Challenger Launch Decision. Risky Technology, Culture, and Deviance at NASA*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Vercesi, M. (2013) 'Party, coalition, premiership: the role of Silvio Berlusconi in coalition dynamics and its determinants', *Contemporary Italian Politics*, 5(3), pp. 292-308. Available at: <https://doi.org/10.1080/23248823.2013.846541>.
- De Vet, E. et al. (2005) 'Determinants of forward stage transitions: a Delphi study', *Health Education Research*, 20(2), pp. 195-105. Available at: <https://doi.org/10.1093/her/cyg111>.
- Villoria, M. (2006) *La corrupción política*. Madrid: Síntesis.
- Villoria, M. and Jiménez, F. (2012) 'La corrupción en España (2004-2010): Datos, percepción y efectos', *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (138), pp. 109-134. Available at: <https://doi.org/10.5477/cis/reis.138.109>.
- Viviani, L. (2023) 'What If Leader Was (Not) One of Us?', *Populism*, 6(2), pp. 172-197. Available at: <https://doi.org/10.1163/25888072-bja10048>.
- Wattenberg, M. (1991) *The Rise of Candidate-Centered Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Weber, M. (2002) *Economía y Sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Edited by J. Winckelmann. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.

Presentado para evaluación: 30 de enero de 2025.

Aceptado para publicación: 5 de septiembre de 2025

LUIS RAMOS RODRÍGUEZ

Universidad Rey Juan Carlos/ luis.ramos@urjc.es

<https://orcid.org/0009-0001-0073-0738>

Luis Ramos Rodríguez es contratado predoctoral FPU2021 en el Departamento de Derecho Público I y Ciencia Política de la Universidad Rey Juan Carlos (España). Sus principales intereses incluyen las percepciones de corrupción, los escándalos mediáticos y los líderes políticos que se enfrentan a acusaciones de corrupción.

MANUEL VILLORIA MENDIETA

Universidad Rey Juan Carlos/ manuel.villoria@urjc.es

<https://orcid.org/0000-0002-1055-1995>.

Manuel Villoria Mendieta es catedrático del Departamento de Derecho Público I y Ciencia Política de la Universidad Rey Juan Carlos (España). Es director del Observatorio de Buen Gobierno y cofundador de Transparency International España. Sus principales intereses incluyen las políticas anticorrupción, la ética pública y la transparencia.

ANEXO I. PREGUNTAS ABIERTAS DE LA PRIMERA RONDA

1. ¿Cree que la corrupción en Italia ha sido y es un fenómeno socialmente normalizado? Explique su respuesta.
2. ¿Cuáles cree que son los efectos del «caso Tangentopoli» en la percepción social de la corrupción en los escándalos posteriores?
3. ¿Qué papel cree que han desempeñado los medios de comunicación —principalmente la televisión— en la percepción social de la corrupción?
4. ¿Diría que la figura política de Silvio Berlusconi sigue teniendo aceptación social y política en la actualidad?
5. ¿Qué repercusiones cree que puede tener un líder político carismático como Silvio Berlusconi en la percepción social de la corrupción?

ANEXO II. CATEGORÍAS Y AFIRMACIONES A VALORAR EN LAS RONDAS 2 Y 3.

Nº	Categoría	Afirmación. Escala Likert 1=muy en desacuerdo; 5=muy de acuerdo
Dimensión 1. Aceptación y construcción social del liderazgo de Berlusconi		
1.1	Aceptación social Berlusconi	La figura política de Silvio Berlusconi sigue gozando de gran aceptación en la sociedad.
1.2	Aceptación centro-derecha Berlusconi	La figura política de Silvio Berlusconi sigue siendo socialmente aceptada por el electorado de centro-derecha.
1.3	Aceptación lazos emocionales Berlusconi	La aceptación de Silvio Berlusconi se basó en su capacidad para crear vínculos emocionales con el electorado.
1.4	Aceptación conspiraciones políticas/judiciales	Silvio Berlusconi utilizó «conspiraciones políticas y judiciales» para lograr una mayor aceptación social.
1.5	Aceptación conspiraciones políticas/judiciales	Silvio Berlusconi utilizó las «conspiraciones mediáticas» para lograr una mayor aceptación social.
1.6	Perdón corrupción Berlusconi	La sociedad italiana, en general, ha perdonado la corrupción de Silvio Berlusconi.
1.7	Aceptación polarización Berlusconi	La polarización social en Italia ha contribuido a la aceptación de la figura política de Silvio Berlusconi.
1.8	Corrupción Berlusconi debate político	La corrupción individual de Silvio Berlusconi no es objeto de debate político.
Dimensión 2. Efectos del liderazgo carismático y populista sobre la normalización de la corrupción.		
2.1	Liderazgo Berlusconi moral laxa	Liderazgos como el de Silvio Berlusconi crean una construcción social basada en la idea de que la laxitud moral es necesaria para el progreso.

Nº	Categoría	Afirmación. Escala Likert 1=muy en desacuerdo; 5=muy de acuerdo
2.2	Identificación Berlusconi disminuye percepción corrupción	La identificación con Silvio Berlusconi como líder político disminuyó la percepción social de los casos de corrupción en los que estuvo implicado.
2.3	Berlusconi corrupción arma política	Líderes como Silvio Berlusconi utilizan la corrupción como arma política.
2.4	Berlusconi progreso país	La sociedad italiana tiene la percepción de que el país pudo progresar gracias a Silvio Berlusconi
2.5	Carisma contrapeso corrupción	El liderazgo carismático proporciona un contrapeso positivo a las acusaciones de corrupción en la opinión pública.
2.6	Berlusconi <i>self-made man</i>	Existe una construcción social que identifica a Silvio Berlusconi como un «hombre hecho a sí mismo».
2.7	Berlusconi populismo corrupción	El liderazgo de Silvio Berlusconi fomentó el populismo en torno a cuestiones relacionadas con la corrupción.
Dimensión 3. Influencia mediática sobre la percepción de la corrupción y la confianza social		
3.1	Cobertura sensacionalista corrupción	La cobertura mediática de la corrupción en Italia suele ser sensacionalista.
3.2	Sugestión juicios mediáticos	La opinión pública italiana sobre la corrupción se ha visto influida por los juicios de los medios de comunicación.
3.3	Polarización mediática por corrupción	La cobertura mediática de los casos de corrupción en Italia ha fomentado la polarización.
3.4	Populismo mediático corrupción	La cobertura mediática de los casos de corrupción en Italia ha fomentado dinámicas políticas populistas.
3.5	Medios credibilidad justicia	La cobertura mediática de los casos de corrupción ha reducido la credibilidad del poder judicial.
3.6	Medios cansancio corrupción	Los medios de comunicación han fomentado un «cansancio» generalizado de la opinión pública sobre las cuestiones relacionadas con la corrupción.
3.7	Medios desconfianza política	La cobertura mediática de la corrupción en Italia ha contribuido a la desconfianza en los políticos/partidos políticos/política en general.
3.8	Medios indignación social	Uno de los efectos de la cobertura mediática de la corrupción ha sido el aumento de la indignación social por la corrupción.
3.9	Medios capacidad escandalización	Los medios de comunicación italianos han perdido su capacidad de escandalización social ante la corrupción.
3.10	Medios corrupción endémica	Los medios de comunicación italianos han contribuido a una mayor percepción social de la corrupción como fenómeno endémico.

Nº	Categoría	Afirmación. Escala Likert 1=muy en desacuerdo; 5=muy de acuerdo
Dimensión 4. Representación mediática de Berlusconi		
4.1	Medios crítica corrupción Berlusconi	Los medios de comunicación, en general, han sido menos críticos con la corrupción de Silvio Berlusconi.
4.2	Medios permisividad corrupción Berlusconi	Los medios de comunicación, en general, han fomentado una mayor permisividad social hacia la corrupción de Silvio Berlusconi.
4.3	Medios refuerzo liderazgo Berlusconi	Los medios de comunicación, en general, han reforzado positivamente el liderazgo político de Silvio Berlusconi.
4.4	Medios celebridad Berlusconi	Los medios de comunicación, en general, han creado una celebridad política en torno a la figura de Silvio Berlusconi.
Dimensión 5. Impacto del liderazgo de Berlusconi sobre la percepción de la corrupción		
5.1	Liderazgo impacto percepción corrupción	El liderazgo de Silvio Berlusconi no ha influido en la percepción social de la corrupción.
5.2	Liderazgo no castigo corrupción	Uno de los efectos del liderazgo de Silvio Berlusconi es el sentimiento social generalizado de que la corrupción queda impune.
5.3	Liderazgo aumenta casos corrupción	Liderazgos como el de Silvio Berlusconi fomentan más corrupción.
5.4	Liderazgo desprecio público	El liderazgo de Silvio Berlusconi fomentó el desprecio por la «cosa pública».
5.5	Liderazgo reducción importancia corrupción	Liderazgos como el de Silvio Berlusconi disminuyen la importancia que la sociedad concede a la corrupción.
5.6	Liderazgo extiende sospecha corrupción	Liderazgos como el de Silvio Berlusconi extienden la sospecha social de corrupción a todos los cargos públicos.
5.7	Liderazgo normaliza corrupción	El liderazgo de Silvio Berlusconi normalizó la corrupción.

ANEXO III. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE EN LA TERCERA RONDA

Nº	Moda	Mediana	Mín	Máx	Std. Dev.
Dimensión 1. Aceptación y construcción social del liderazgo de Berlusconi					
1.1	4	4	3	5	0.6794
1.2	5	5	4	5	0.4880

Nº	Moda	Mediana	Min	Máx	Std. Dev.
1.3	4	4	3	5	0.7432
1.4	4	4	3	5	0.6172
1.5	4	4	3	5	0.6761
1.6	4	4	3	5	0.7432
1.7	4	4	3	5	0.6399
1.8	4	3	1	5	1.0328
Dimensión 2. Efectos del liderazgo carismático y populista sobre la normalización de la corrupción.					
2.1	4	4	2	5	0.8837
2.2	3	3	2	5	0.7237
2.3	3	3	3	5	0.7368
2.4	3	3	2	4	0.6399
2.5	4	4	3	5	0.7432
2.6	5	5	4	5	0.3519
2.7	4	4	2	5	0.7037
Dimensión 3. Influencia mediática sobre la percepción de la corrupción y la confianza social					
3.1	4	4	2	5	0.7237
3.2	4	4	3	5	0.6547
3.3	4	4	2	5	0.9155
3.4	4	4	2	5	0.8452
3.5	3	3	2	5	0.8281
3.6	4	4	2	5	0.7988
3.7	4	4	4	5	0.5164
3.8	3	3	2	4	0.5936
3.9	3	4	2	5	0.8281
3.10	4	4	2	5	0.7746
Dimensión 4. Representación mediática de Berlusconi					
4.1	3	3	2	4	0.7845
4.2	3	3	2	5	0.8926
4.3	3	3.5	2	5	0.9405
4.4	4	4	2	5	0.8018
Dimensión 5. Impacto del liderazgo de Berlusconi sobre la percepción de la corrupción					
5.1	3	2	1	3	0.7988
5.2	4	4	3	4	0.4880
5.3	4	4	2	5	1.0328

Nº	Moda	Mediana	Min	Máx	Std. Dev.
5.4	4	4	2	5	0.9612
5.5	4	4	3	5	0.6399
5.6	3	3	3	5	0.8165
5.7	3	3	2	5	0.9155

ANEXO IV. MEDIDAS DE ESTABILIDAD Y CONSENSO EN LA TERCERA RONDA

Q3	Q1	k	Consenso	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asin. (bilat)
Dimensión 1. Aceptación y construcción social del liderazgo de Berlusconi							
4	4	0	Total	94.000	214.000	-0.516	0.606
5	4	1	Aceptable	102.500	222.500	-0.492	0.622
5	4	1	Aceptable	97.500	217.500	-0.704	0.481
5	4	1	Aceptable	98.500	218.500	-0.629	0.53
5	4	1	Aceptable	108.000	228.000	-0.201	0.841
4	3	1	Aceptable	111.500	231.500	-0.046	0.963
4	3.5	0.5	Aceptable	101.500	221.500	-0.503	0.615
4	3	1	Aceptable	86.000	206.000	-1,147.000	0.251
Dimensión 2. Efectos del liderazgo carismático y populista sobre la normalización de la corrupción.							
4	3.5	0.5	Aceptable	90.500	210.500	-1,000.000	0.317
4	3	1	Aceptable	109.500	229.500	-0.134	0.893
4	3	1	Aceptable	85.500	205.500	-1,167.000	0.243
3.5	3	0.5	Aceptable	93.000	213.000	-0.909	0.363
4	3	1	Aceptable	96.500	216.500	-0.731	0.465
5	5	0	Total	96.500	216.500	-0.954	0.34
4	4	0	Total	78.000	198.000	-1,625.000	0.104
Dimensión 3. Influencia mediática sobre la percepción de la corrupción y la confianza social							
4	3	1	Aceptable	99.500	219.500	-0.584	0.559
4	4	0	Total	100.500	220.500	-0.568	0.57
4.5	3	1.5	No	105.000	225.000	-0.342	0.732
4.5	4	0.5	Aceptable	95.000	215.000	-0.816	0.414
4	3	1	Aceptable	106.000	226.000	-0.295	0.768
4	3	1	Aceptable	90.500	210.500	-0.988	0.323
5	4	1	Aceptable	105.000	225.000	-0.359	0.72

Q3	Q1	k	Consenso	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asin. (bilat)
4	3	1	Aceptable	94.000	214.000	-0.840	0.401
4	3	1	Aceptable	80.000	200.000	-1,425.000	0.154
4	3.5	0.5	Aceptable	110.500	230.500	-0.095	0.925
Dimensión 4. Representación mediática de Berlusconi							
3.75	2.25	1.5	No	95.000	215.000	-0.464	0.643
4	3	1	Aceptable	100.000	220.000	-0.229	0.819
4	3	1	Aceptable	84.000	189.000	-0.972	0.331
5	4	1	Aceptable	98.000	203.000	-0.338	0.735
Dimensión 5. Impacto del liderazgo de Berlusconi sobre la percepción de la corrupción							
3	2	1	Aceptable	99.500	219.500	-0.257	0.797
4	3	1	Aceptable	92.500	212.500	-0.929	0.353
4.5	3	1.5	No	95.000	215.000	-0.752	0.452
4	3	1	Aceptable	102.000	222.000	-0.138	0.891
4	3.5	0.5	Aceptable	112.000	232.000	-0.022	0.982
4	3	1	Aceptable	87.500	207.500	-1,112.000	0.266
4	3	1	Aceptable	101.500	221.500	-0.488	0.626