

**CAMPAGNA ELETTORALE VISTA DALL'ESTERO**

## La «debolezza percepita» copre tutto, pure la ripresa

di **Federico Fubini**

a pagina 8

### La campagna elettorale vista da fuori

# «Qui populismi e depressione» Nel racconto dei reporter esteri la «debolezza percepita» d'Italia

di **Federico Fubini**

Qualunque sia l'esito di questa campagna elettorale, un risultato l'ha già acquisito: in termini di pubbliche relazioni, per l'Italia è stata un disastro nel mondo. Il carattere circense di buona parte della competizione ha gemmato soprattutto nelle testate anglosassoni una fioritura di luoghi comuni, osservazioni corrosive e commenti derisorii. Da tempo il trattamento dell'Italia non era stato così sferzante. In moltissimi casi le critiche toccano problemi innegabili, più di rado suonano un po' fuori luogo, ma la lezione di fondo è chiara: con i suoi toni e la sua impalpabile sostanza, questa campagna ha fatto dimenticare all'estero — e all'interno — i pochi reali pro-

gressi che emergono nella società italiana. Quasi assenti nella narrazione risultano la ripresa, una crescita per abitante pari a quella di Francia o Germania negli ultimi anni comparati dall'Ocse, l'export che ha superato quello francese fuori dall'Unione europea, i debiti netti sull'estero più bassi di quelli di Francia e Spagna e ormai quasi a zero, o una crisi bancaria arginata spendendo una frazione del denaro pubblico usato in Germania, Olanda o Regno Unito. Riflesso nello specchio delle testate più lette al mondo, tutto questo sparisce per un semplice motivo: il volto di un Paese è sempre quello della sua classe politica.

Non fa magari testo il giornale online *Politico* che, forse in un tentativo di umorismo, ieri ha raccontato «le dodici persone che hanno rovinato l'Italia». Nella lista, accanto a Mussolini e Giulio Andreotti,

figurano Giuseppe Garibaldi e Giuseppe Mazzini. La tesi di fondo del corrispondente inglese, in perfetto stile separatista da Brexit, è che l'Italia come Stato unitario sarebbe un fallimento tale da far rimpiangere la scelta di crearlo. Forse discutibile, però sintomatico di un certo clima attorno al Paese oggi; emblematico soprattutto di una debolezza percepita, che spinge a osare sui confini della derisione. Più oggettivo il *New York Times*, che comunque non fa sconti: «L'Italia vota. Gran parte degli italiani sono troppo depressi per curarsene». Per raccontare le elezioni il grande quotidiano americano sceglie uno dei punti più dolorosi del Paese, il quartiere Tamburi di Taranto: lì gli indiani di ArcelorMittal stanno investendo vari miliardi per la più grande acciaieria d'Europa, ma per molte persone comuni «il sostenta-

mento resta difficile». Il *Wall Street Journal* invece spiega perché «le elezioni italiane contano: un nuovo tipo di populismo sta sorgendo». Naturalmente è quello del Movimento 5 Stelle, che «rappresenta una rivolta italiana di tipo particolare contro un ceto politico trincerato». Il quotidiano finanziario americano sottolinea il carattere sfuggente e «eclettico» dei programmi di M5S. *The Atlantic* invece segue con divertito stupore il ritorno in scena di Silvio Berlusconi, che però trova poco convincente: «Non è che sia proprio tornato». Equilibrato infine il *Financial Times*: nell'immediato il quotidiano di Londra non vede come il Paese possa discostarsi veramente dalle politiche concordate in Europa. Eppure conclude: «L'Italia merita di meglio. Ma sta esaurendo le alternative politiche responsabili per assicurare il proprio futuro al cuore dell'Europa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

“

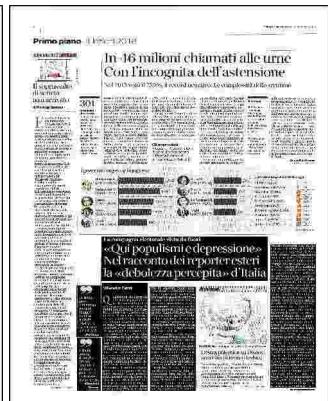
Le dodici persone che hanno rovinato l'Italia? Dal Duce a Giulio Andreotti, da Mazzini a Garibaldi

«Politico»

“

L'Italia merita di meglio. Ma sta finendo le alternative politiche per assicurare il suo futuro

«Financial Times»



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.