

L'analisi/2

La campagna permanente

Mauro Calise

Ognuno, si sa, deve fare il proprio mestiere. Per cui è comprensibile che Giavazzi ed Alesina ripetano, anche ieri, sul Corriere la ricetta liberista che suggeriscono, da anni, ad ogni Premier.

> Segue a pag. 50

Segue dalla prima

La campagna permanente

Mauro Calise

Rimproverando Renzi perché insiste a non dire agli italiani l'amara verità, che senza tagli ai servizi pubblici - magari solo per i più abbienti - il Paese non potrà risollevarsi. Ma, senza entrare nel merito se la ricetta dei due economisti sia quella giusta (e in molti non lo pensano), il fatto incontrovertibile è un altro. E cioè che se un presidente del Consiglio vuole restare in sella, il suo mestiere è di mantenere i consensi. Quelli reali - nell'urna - e quelli virtuali, con cui è assediato quotidianamente a ogni stormir di sondaggi. E con le ricette indigeste, il gradimento - inevitabilmente - crolla. Ne sa qualcosa Bersani, che impostò la sua campagna elettorale su una sfilza di amare verità che rese amarissimo il verdetto dei votanti. E anche Letta, cui nessuno può negare uno spiccato senso di responsabilità, fu presto vittima del fatto di incutere più preoccupazioni che fiducia.

Rifiutarsi di prendere atto di questa regola, per un politico, significa candidarsi a una rapida disfatta. E non si tratta di un vizio italiano. In America, sono almeno trent'anni che il regime della campagna permanente obbliga tutti i presidenti - o aspiranti tali - a prodigarsi in iperboliche dosi di ottimismo. Confortati anche dalla constatazione che non basta risollevare l'economia per avere subito un tornaconto elettorale. Come si è visto con Obama, che ha perso la maggioranza in entrambe le camere malgrado la ripartenza di occupazione e produzione dopo il crollo del 2008. Insomma, per continuare a governare occorre un mix di fattori che non sempre - anzi, quasi mai - coincidono con le ricette dei professori. D'altronde, come dimenticarsi del ventennio in cui Berlusconi ha regnato - quasi - indisturbato sull'Italia proprio mentre la conduceva, allegramente, verso il baratro in cui è precipitata? Per fermarlo, non è servito

Mario Monti, che in nome del suo rigore ha incassato un risultato elettorale impietoso. Ma un giovane rottamatore che ha puntato le sue doti di comunicatore non su una immediata ripresa di un'economia le cui leve restano, prevalentemente, in Europa, ma su alcune riforme simboliche, quasi tutte a costo zero, che potessero finalmente invertire la spirale di sfiducia e protesta in cui gli italiani erano intrappolati.

Anche perché i veri competitor della propaganda di Renzi non vanno, quanto a promesse irraggiungibili, certamente per le spicce. Basta leggerli i programmi - e gli slogan - dei Cinquestelle e dei leghisti, per vedere quale sarebbe la gestione di Palazzo Chigi se la stella di Renzi discendesse con la rapidità con cui è salita.

D'altronde gli stessi media che, all'occasione, predicano austerità sono prontissimi a correre dietro al pifferaio magico di turno. Si dirà che vi sono costretti. Visto che chi le spara più grosse

fa immediatamente audience, e il mestiere della Tv è fare numeri. Ma senza la eccezionale sovraesposizione in tutti i telegiornali e talk-show di cui Matteo Salvini ha goduto, difficilmente avremmo avuto l'ennesimo assalto populista da cui tutti - compreso Renzi - oggi sono chiamati a difendersi.

Ciò non significa che ci si debba rassegnare a un discorso pubblico inficiato sempre e comunque da opportunismi o ipocrisie. Ed è bene che chi ha l'onore - e l'onere - di orientare la pubblica opinione eserciti vigile il ruolo di critica. Dare i voti, ex cathedra, ai politici rischia, però, di essere troppo facile. Circondati da elettorati sempre più disinformati e volatili, i leader sono costretti a soppesare continuamente il proprio messaggio. Basta una distrazione, o un eccesso di sincerità, e il barometro della nostra epoca sondocratica può metterli in fuorigioco. Lasciando il campo a demagoghi ben più audaci. E incontrollabili.

RIPRODUZIONE RISERVATA