

## LA SINISTRA DIVENTA POP

MASSIMO GRAMELLINI

**A**nche ieri la mia parte snob ha provato a resistere al dolce stil novo del monello

di Firenze. Ha sorriso schifilosa alla vista dei cartelloni, una via di mezzo tra una pubblicità Esselunga e il catalogo Postalmarket, con cui la giovane marmotta di Palazzo Chigi andava annunciando le offerte speciali del governo.

Ha scosso imbarazzata la testa davanti ai suoi giochi di parole - la svolta buona, usiamo i fondi per non toc-

care il fondo - che costringeranno l'imitazione di Crozza a ritirarsi per concorrenza sleale. Si è addirittura ribaltata sulla scrivania ascoltando il premier del suo Paese arringare i cronisti con un tono che ricordava le televendite col risucchio di Roberto «Baffo» da Crema, ma più che altro gli interventi del Comitato nei giochi a premi di Magalli.

Le auto blu all'asta, la foto di un carrello della spesa al posto dei diagrammi soporiferi di Monti e la strepitosa, surreale lista dei provvedimenti di cui «non» avrebbe parlato. Stentava a credere, la mia parte snob, che l'autore di quello show del mercoledì sera fosse l'ultimo erede della tradizione socialista: da Matteotti a Matteo, titolerebbe lui.

CONTINUA A PAGINA 27

# LA SINISTRA DIVENTA POP



Illustrazione di Irene Bedino

MASSIMO GRAMELLINI  
SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

**A**l confronto, il contratto con gli italiani di Berlusconi mi è volteggiato nella memoria come una scrivania piena di polvere risalente all'età di De Gasperi.

Ma, al pari di tutti, anch'io custodisco una parte più semplice, che dopo tanti sospiri e lacrime desidera illudersi che questa sia davvero la volta, pardon, la svolta buona. Ed è a questa parte semplice che si rivolgeva ieri quel diavolaccio di un fiorentino. A differenza dei suoi recenti predecessori, se ne infischia dei politici, dei mercati e dei giornalisti. Parlava direttamente agli elettori. E con un linguaggio smaccatamente di destra diceva cose abbastanza di sinistra. Anzi, le cose più di sinistra che abbia mai detto in Italia un premier di sinistra: più soldi in busta paga ai poveri, più tasse sulle rendite finanziarie. E le diceva mettendo nella voce un ardore così diverso dall'umore medio dell'italiano medio che di questi tempi, quando non urla, riesce soltanto a mugugnare.

Renzi vendeva sogni come Berlusconi, eppure persino la mia parte snob deve riconoscere che non era Berlusconi. Altrettanto furbo, ma molto più politico. Se l'antico Silvio si lamentava che il

presidente del Consiglio non potesse decidere nulla, l'imberbe Matteo emanava bullismo rassicurante da tutti i nei. E i suoi sogni, dopo lungo peregrinare, atterravano finalmente su una realtà fatta di cifre e di date. A tarda sera le due parti

di me stesso hanno trovato l'accordo su un punto inequivocabile: dopo vent'anni di politica al servizio della pubblicità, con questo tipetto che promette o minaccia di durare altrettanto è la pubblicità a essersi messa al servizio della politica.