

UNA CAMPAGNA A QUALSIASI COSTO

# IL FESTIVAL DELLE PROMESSE

di PIERLUIGI BATTISTA

**È** efficace l'ultima «proposta choc» di Berlusconi, culmine di una campagna elettorale che due mesi fa appariva irrimediabilmente perduta? Dipende da qual è il punto di partenza. Si vuole partire dai sondaggi che negli ultimi mesi del 2012 davano il Pdl a poco più del 10 per cento? Allora la strategia di parziale recupero dei consensi perduti conosce con il pacchetto delle misure palesemente irrealizzabili — e con la promessa fantasiosa di restituzione *cash* dell'Imu versata l'anno scorso sulla prima casa — il coronamento di una campagna tambureggiante. Ma se si parte dal 38 per cento che il Pdl conquistò non un secolo fa, bensì nel 2008, allora Berlusconi può proporre le cose più fantasmagoriche, vagheggiare «restituzioni» più volte pro-

messe e tuttavia mai mantenute per il loro evidente irrealismo, ma il successo è oramai solo un ricordo del passato: il centrodestra si è sgretolato e il suo leader può puntare solo su una sconfitta di misura. Che certo, confrontata col precedente stato comatoso, appare quasi come una miracolosa mezza vittoria.

Ora però gli avversari di Berlusconi possono solo fargli un regalo: mettersi sulla scia delle sue fantasiose dichiarazioni e sciorinare da qui al giorno delle elezioni il solito repertorio di invettive contro il «venditore» che smercia promesse mirabolanti. Nell'opinione di sinistra, ora impaurita perché convinta che l'elettorato berlusconiano sia composto da rozzi creduloni eticamente inaffidabili e inebebiti dalla tv, la proposta di restituzione dell'Imu suona come una venefica dose di droga. Ai tempi delle primarie, il Pd e il centrosinistra

sembravano una squadra invincibile, ma solo perché il centrodestra era sepolto sotto le macerie. Oggi temono il ritorno del 2006, del Berlusconi dato per sconfitto, ma che alla fine se la giocò per poche migliaia di voti. Negli incubi della sinistra quella rimonta ha un solo nome: la promessa dell'abolizione dell'Ici. Non si riflette mai sul modo confuso con cui si presentava lo schieramento guidato da Prodi. O su quel dire e non dire sui Bot che assomiglia in modo impressionante al dire e non dire di oggi del Pd su una non precisata «patrimoniale» (sopra o sotto il milione e duecento mila euro? Non si capisce). La colpa è sempre nella «credulità» degli italiani e della diabolica capacità di Berlusconi di spacciare sogni proibiti. Eppure, diversamente che nel 2006, Berlusconi si trova, stavolta per esclusiva colpa sua, in

condizioni quasi disperate: solo gli errori e i terrori dei suoi avversari possono aiutarlo in un'impresa impossibile.

Oggi la missione di Berlusconi, finora indubbiamente efficace, è quella di riportare ai seggi i milioni di voti del centrodestra che sono già fuggiti o intendono fuggire verso l'astensione. È il popolo vastissimo dei delusi, di chi si è allontanato, di chi si sente massacrato dall'oppressione fiscale e non crede più alla promessa di Berlusconi di ridurre le tasse. Berlusconi, a differenza delle altre volte, non deve convincere e portare a sé nuovi elettori, ma arginare la fuga dei «suoi» elettori che lo hanno abbandonato. Questo è il messaggio delle sue «proposte choc». Che la sinistra farebbe bene a non sottovalutare. Il richiamo della foresta della protesta antitasse è infatti, nel popolo del centrodestra, l'unico linguaggio comune che gli sia rimasto.

