

# Campagna elettorale "allegra" e il comico vola

*Dato in ribasso nelle scorse settimane, a Nordest il leader di 5 Stelle riempie le piazze e risale nei sondaggi*

**Alvise Fontanella**

MESTRE

Fenomeno Grillo: il Veneto come la Sicilia, anche se qui non c'è arrivato a nuoto. Ma ha riempito le piazze lo stesso, a Padova come a Marghera. E il Veneto, dopotutto, è una delle Regioni storiche di Grillo: Davide Borrelli, primo consigliere comunale d'Italia del Movimento 5 stelle fu eletto a Treviso nel 2008. Sembra un'altra era, sono trascorsi neppure 5 anni: oggi i sondaggi danno Grillo tra il 12 e il 17 per cento, saranno decine i parlamentari eletti. E tra gli artigiani veneti il consenso a Grillo s'arrampica veloce sopra il 20 per cento.

Per chi di mestiere cura sondaggi, il "fenomeno Grillo" - il classico voto di protesta anti-sistema - avrebbe dovuto seguire la parabola descritta da altri movimenti simili: dopo aver toccato, qualche mese fa, il picco record del 25%, ci si attendeva una fase calante, coincidente con il prevedibile drammatizzarsi della campagna elettorale. E questo è in effetti accaduto: Grillo scivolava giù sotto il 10 per cento, portando qualcuno a ipotizzare persino un'esclusione dal Parlamento. Ma poi è successo qualcosa di imprevisto: Grillo recupera, e proprio quando la campagna elettorale dei candidati maggiori entra nel vivo. Risale oltre il 10, forse oltre il 15, tra gli artigiani veneti si arrampica addirittura oltre quota 20.

Di dove vengono questi "nuovi" consensi? Dallo scandalo Montepaschi? Un flusso dal Pd c'è. Ma non basta a spiegare la consistente risalita di Grillo, che secondo le analisi viene sostenuta da nuovi flussi corposi, sia da destra che da sinistra, che si aggiungono agli orientamenti di voto già acquisiti, degli schifati dalla politica, dei delusi da Bossi e dal federalismo che non c'è, e dagli elettori Pdl che han visto crollare la credibilità personale di Berlusconi. Ma sono i flussi

nuovi, freschi, ad attirare le riflessioni degli analisti. Cos'è accaduto, in questi ultimi giorni, a gonfiare le vele di Grillo? Una possibile spiegazione sta proprio nelle strategie impostate, nella loro campagna elettorale, dai tre candidati "maggiori": Bersani, Monti, Berlusconi.

«La campagna elettorale non è drammatica come sarebbe stato logico che fosse», annota un osservatore. Come lo è stata in Grecia e in altri Paesi sull'orlo del baratro, nei quali gli elettori sono stati posti davanti ad alternative drammatiche, grandi e decisive. Anche in Italia il momento è solenne: è in gioco la permanenza nell'euro, la tenuta stessa del Paese. Ma invece di raccontare verità agli elettori, chiamandoli a scelte gravi, prospettando loro alternative nette e decisive su Europa, euro e debito nazionale, i tre candidati maggiori fanno allegramente a gara tra chi taglia, elimina e addirittura rimborsa più tasse. Nell'ora delle scelte decisive, si conduce una strana, normale campagna elettorale, discutendo su sconti fiscali ed altre allegrezze, che suonano come "il pericolo è passato" alle orecchie di elettori che non chiedono altro che di essere illusi dai loro medici, come quasi tutti i malati gravi. Il dramma è esiliato dalla campagna elettorale, che preferisce la commedia brillante. Ed è proprio la mancata drammatizzazione che lascia tanto spazio a Grillo: «Se la situazione non è seria, anche un clown va bene», scherzava ieri un politologo. Se lo spread, Dio non voglia, fosse a quota 700, forse Grillo non sarebbe al 20 per cento (lunga vita allora, Beppe...).



**M5S** Il manifesto

