

Mappe

È la popolarità la sfida di Renzi

di Ilvo Diamanti
● a pagina 5

LA MAPPA

La sfida “obbligata” di Renzi alla ricerca della popolarità perduta

di Ilvo Diamanti

La parabola di Matteo Renzi ripercorre il suo percorso politico “personale”. Ma va oltre. Riflette un modello di democrazia e, prima ancora, di partito. “Personale”, appunto. Perché Renzi disegna l’ultima e più recente fase di una “storia” che dura da quasi 30 anni. Da quando, cioè, negli anni Novanta, Silvio Berlusconi “scese in campo” con Forza Italia. Un “partito personale” sotto ogni profilo. Perché era di sua proprietà. E, comunque, dalla sua personalità traeva significato e consenso. Un modello riprodotto da tutti, in seguito. Con alterne fortune, perché il problema del partito personale è che dipende dalla personalità del leader. Ne insegue il destino. Sale, scende e scompare insieme a lui. Basta voltarsi indietro per accorgersi di quanti partiti siano scomparsi insieme ai loro “capi”. Dei quali, oggi, non è facile rammentare i nomi. La personalizzazione, però, ha coinvolto tutta la politica italiana. Compresi i partiti che hanno una storia (più) lunga. La Lega, ormai da molti anni, si identifica con Matteo Salvini. Anche nel marchio: Lega per Salvini premier. I Fratelli d’Italia: hanno il volto di Giorgia Meloni. Ma il caso più significativo, probabilmente, è costituito dal Pd. Perché è l’erede dei partiti di massa della prima Repubblica. Fondati sulla partecipazione, sull’organizzazione e sull’identità. Meglio: sull’ideologia. Ebbene, fra il 2013 e il 2014, il Pd ha cambiato la sua identità, in seguito all’ascesa di Matteo Renzi, eletto segretario

del partito, nel dicembre del 2013 e Presidente del Consiglio pochi mesi dopo, nel febbraio 2014. Al posto di Enrico Letta, al quale, pochi giorni, prima aveva consigliato: «Stai sereno!». Renzi è stato segretario del partito fino a febbraio 2017. Nel corso di questi anni, come si è detto, ha contribuito a ri-definire l’identità del Pd intorno alla sua immagine. E alla sua persona. Abile a comunicare sui media, tradizionali e nuovi, Renzi ha imposto la sua impronta “personale” al partito. Io stesso, allora, conia la definizione PDR. Per suggerire che il Pd fosse divenuto il Partito di Renzi. Se osserviamo la curva della fiducia nei suoi confronti, proprio in quegli anni Renzi raggiunge il massimo grado di popolarità. In particolare, dopo l’affermazione alle elezioni Europee del 2014, quando il Pd supera il 40%. Il massimo della sua storia. Allora la fiducia verso Renzi sale fino al 74%. Da quel momento, però, il suo consenso personale comincia a scendere. Ma si mantiene, comunque, elevato. Fra il 40 e il 50%. Fino alla svolta del 2016. Quando Renzi trasforma il “referendum costituzionale” sul ridimensionamento del Senato, che egli stesso aveva promosso, in un “referendum personale”. Annunciando che, se non fosse stato approvato, si sarebbe dimesso. In questo modo intendeva affrontare il “problema” di essere un premier non eletto. Come lo stesso Conte, peraltro. A Renzi, tuttavia, questa situazione pesava. Questa scelta favorì la bocciatura referendaria. E avviò il calo dei suoi consensi personali. Fino al 30%, negli anni seguenti. Tanto più dopo le elezioni

politiche del 2018, quando il Pd si fermò al 18%. Allora decise di dimettersi - definitivamente - da segretario del partito.

Oltre che da ragioni politiche, le scelte di Renzi sono dettate da ragioni mediatiche. Comprensibilmente, perché da tempo politica e media si integrano reciprocamente. I “social media”, ma anche i media tradizionali. Per prima la Tv, che resta un canale influente. “Il più influente”, per alcuni settori di popolazione. Si spiega anche così la sua scelta di abbandonare il Pd, nel settembre 2019. Dopo le elezioni europee. Quando la sua posizione nel partito si era indebolita. Insieme alla visibilità. Così ha deciso di fondare Italia Viva. Il PDR... Per tornare al centro del dibattito. E della scena. A costo di suscitare antipatie e ostilità. Perché “ciò che conta”, in politica, è “contare”. Berlusconi, fin quando ha “contato”, è stato non solo apprezzato, ma anche osteggiato. Così è avvenuto a Salvini. Anche nel sondaggio di Demos, pubblicato da *Repubblica* a fine anno il 35% degli italiani lo definisce “il peggiore”. Dunque, la figura che divide maggiormente il Paese. Per questo, rimane “un riferimento obbligato”. Lo stesso Renzi, nei sondaggi degli ultimi anni, si era “posizionato” fra i peggiori della politica italiana. Con valori elevati (nel 2017: 32%). A conferma del suo rilievo. Mentre quest’anno torna nella stessa “speciale” classifica. Indicato, però, dal 4% degli italiani (intervistati). Pochissimi, come gli elettori del suo partito, secondo i sondaggi, che attribuiscono a Italia Viva meno del 3% dei voti. Giuseppe Conte, al con-

trario, è il primo, nella graduatoria dei migliori dell'anno. Indicato da un terzo degli italiani. Ma è anche il peggiore, secondo il 12% dei cittadini. E ciò lo induce a "ridimensionare" il suo predecessore. Un alleato di-

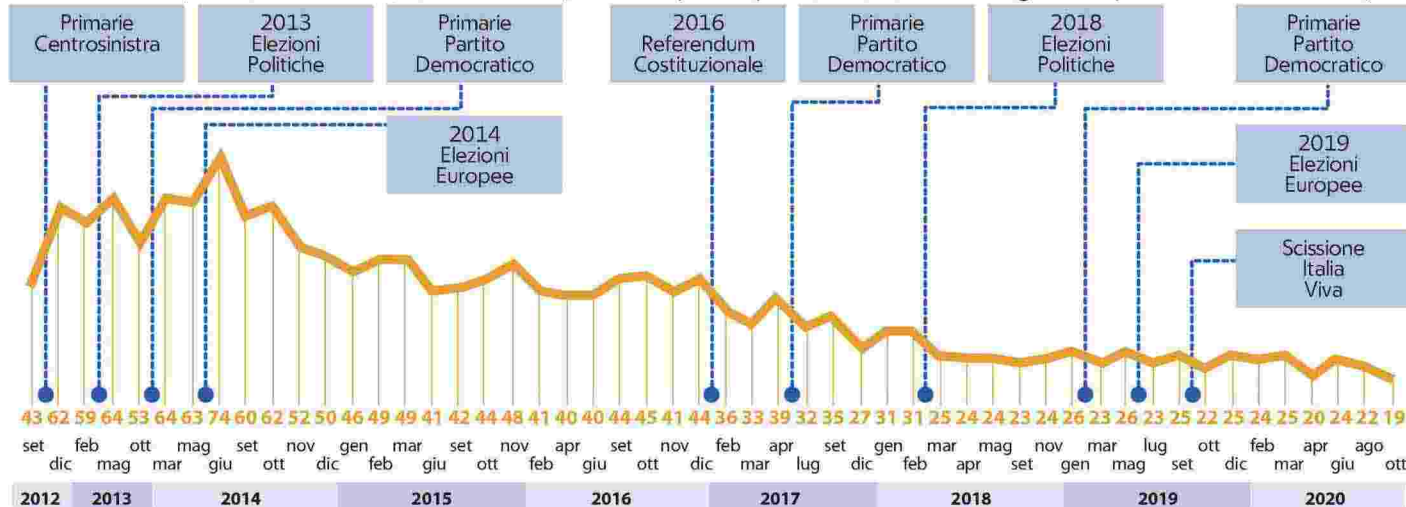
venuto scomodo. Si tratta di fattori che hanno contribuito alla scelta di Renzi di sfidare Conte. Soprattutto dove "conta" ancora molto. In Parlamento. Per uscire dalla "periferia di Conte". Per la stessa ragione, però, è

difficile che Renzi vada "fino in fondo". Perché è meglio minacciare la maggioranza restando nella maggioranza, piuttosto che "andare a fondo" con il governo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL GRADIMENTO DI MATTEO RENZI

Che voto darebbe, su una scala da 1 a 10, a Matteo Renzi? (valori % di quanti esprimono una valutazione "uguale o superiore a 6" - serie storica)

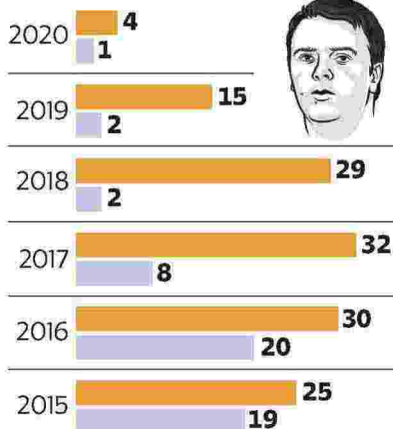


Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2020 (base: 1017 casi)

MATTEO RENZI: IL MIGLIORE E IL PEGGIORE

Qual è, secondo Lei, il personaggio della politica italiana che si è particolarmente distinto in positivo nel corso dell'anno? E in negativo? (valori % di chi risponde "Matteo Renzi" - serie storica)

■ In negativo ■ In positivo



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Dicembre 2020 (base: 1002 casi)

