

# E dopo tanto teatro ecco Prodi, l'anticomunicatore

Il premier ha una strategia comunicativa, molto istituzionale e poco spettacolare. Ma funziona?

di Roberto Cotroneo

**MA PRODI** è un bravo comunicatore? O ha un deficit di comunicazione politica? Sta sbagliando e deve mostrarsi più disponibile, più accattivante, e più sciolto nella comunicazione? Queste sono le domande che da un paio di settimane corrono per i palazzi del

la politica e del potere. Ma soprattutto per il palazzo più importante, Palazzo Chigi, dove lo staff del presidente, Silvio Sircana in testa, cerca una strategia per il futuro, e la cerca in terreni diversi e meno prevedibili. Non deve essere cosa facile trovare una strategia efficace, e soprattutto c'è da invertire una rotta. Non deve essere cosa facile trovare una strategia efficace, oltretutto, perché Prodi recalcitra e soprattutto c'è da invertire una rotta. Quella di una deriva comunicativa berlusconiana, che aveva più a che fare con la bulimia di presenzialismo e potere

piuttosto che con la vera e propria comunicazione politica di tipo istituzionale. Questa finanziaria più che il banco di prova del governo Prodi era il momento cruciale per tirare qualche somma sulla capacità di questo esecutivo di comunicare con i cittadini. Ma come può essere successo che tutti parlano per conto proprio, che ognuno fa distinguo, che i giornali dicono che il governo è al minimo della popolarità da quando si è insediato, che ministri come Giovanna Melandri hanno dubbi sulla strategia di comunicazione politica? Che cosa vuol dire che Prodi ha un deficit di comunicazione politica? Non mette la calza sulla telecamera? Non si cura di mostrarsi accattivante ed eccessivamente sorridente? Non si comporta come Berlusconi? E la comunicazione del presidente del Consiglio Romano Prodi è completamente un'altra cosa rispetto

al passato? Questo è sicuro. Ma un po' di cose nelle ultime settimane sono accadute. Il caso Telecom, con le dimissioni di Rovati, le polemiche su una frase sulle guardie svizzere, e infine questa finanziaria su cui hanno polemizzato tutti, a cominciare dai sindacati del centro sinistra. Nelle stanze di Palazzo Chigi sanno che quella della comunicazione è la scommessa più rischiosa di tutte. Perché prima c'era Berlusconi, e poi c'è stata questa tremenda legge elettorale che ha beffato tutti. Col centro sinistra che si ritrova a governare con mille solisti pronti a uscire dal gruppo per farsi notare. Maestri assoluti di tutto questo: Di Pietro e Mastella, ma anche ministri come Ferrero hanno dato il meglio. In mezzo c'è lui Romano Prodi. Uno difficile sul versante della comunicazione. Nel senso che ha di fronte due problemi generali. Il primo: comunicare come Berlusconi? Inopportuno e fuori luogo. Non è un problema se essere più o meno populistici. È semmai togliere di mezzo, e una volta per tutte, quella cultura della comunicazione "calda", accattivante, e soprattutto ingannevole che fu quella dell'uomo di Arcore. Con Prodi la parola d'ordine è: comunicazione fredda e istituzionale, ridando



Il presidente del Consiglio Romano Prodi e il suo portavoce Silvio Sircana. Foto di Danilo Schiavella/Ansa

al presidente del Consiglio il ruolo del Presidente del Consiglio. Idea base del suo portavoce Silvio Sircana. Che punta tutta la sua strategia proprio su questo. La comunicazione di Berlusconi era del genere: domani è un altro giorno. La comunicazione di Prodi è una goccia che consuma la roccia su cui cade. «Per me in particolare», è la frase di uno che intigna, che non demorde. Chi gli sta molto vicino dice che lui è uno con una tenacia che non ha eguali. Ma è anche una sorta di "ecologista dell'immagine e della comunicazione". Cosa vuol dire? Vuol dire ridurre al minimo indispensabile ciò che non è necessario per comunicare come capo del governo. Ovvero: ridurre la quota di politica nella comunicazione istituzionale.

Non dovrebbe stupire. Ogni volta che qualcuno gli aggiunge tre righe in un discorso, messe lì, per scaldare la platea, lui le toglie: non fanno parte del suo lin-

guaggio, non sono il suo modo di porsi al pubblico. Prodi non è di quelli che cercano l'applauso. Lui fila dritto, anche quando finisce i discorsi. E lo fa particolarmente da quando è presidente del Consiglio, come fosse una sorta di scelta etica, prima che strategica. Prima di vincere le elezioni, quando non aveva un ruolo istituzionale era più accattivante. Ora non più. Ieri il *Corriere della Sera*, per mano di Renato Mannheimer, sosteneva che mai il governo è stato così impopolare. A giudicare dal nervosismo di molti deputati del centro sinistra deve essere abbastanza vero. Vorrebbero, alcuni, una campagna del governo a favore di questa finanziaria, vorrebbero che il premier andasse da qualche parte a difenderla. Ma la confusione regna sovrana. La finanziaria per ora deve essere ancora approvata dalle Camere, e una campagna istituzionale a sostegno è ovviamente illegale. Neanche Berlusconi

ha mai fatto cose del genere, ma molti deputati del centro sinistra neanche lo sanno. Dalle stanze di palazzo Chigi sono sicuri che a finanziaria approvata Prodi andrà in televisione a spiegare il perché ai cittadini. Ma non certo da Bruno Vespa, ma a reti unificate, in una comunicazione istituzionale. Fa impressione che sia così, ma è una strategia prodiana, a cui forse ci si dovrà abituare. Fa impressione ed è rischioso, certo: mica è detto che funzionerà. Perché si tratta di inventarsi una strategia di comunicazione che ristabilisce vecchie regole e punti fermi. Altro che comunicazione politica creativa. Con Prodi non c'è verso. Peccato che tutti gli altri sono invece molto creativi. Gli altri ministri, s'intende, e non solo. Così tutto funziona a due velocità. Quella ciclistica di Prodi, con cambi ridotti in salita, quando occorre, e quella motorizzata, ma vista la crisi con ben-

zina razionata e rischio di finire in panne, per molti altri. E le risse, i botte e risposta tra diverse componenti politiche che fanno parte della maggioranza vengono spesso etichettate con un nuovo termine che ormai corre per i corridoi del governo, il "berlusconismo di sinistra", che sarebbe un nuovo modo di intendere la politica, un modo che include una spregiudicatezza comunicativa mutuata dall'arte del predecessore, e che vede in Prodi un inesorabile refrattario. Così mentre Berlusconi sta cercando di inventarsi un ruolo politico, e non più di comunicatore, e non ci riesce per nulla, dentro la maggioranza ci sono tentazioni e derive simil berlusconiane per quanto riguarda la comunicazione (e non solo). Vista così la faccenda è seria. Gli errori di Prodi ci sono stati. Nella vicenda Telecom la chiarezza non è stata la componente più forte, anzi, è stato un gran pasticcio, le reazioni al rap della Camera andavano assolutamente contenute, soprattutto su un terreno scivolosissimo come la satira. Ma è ormai evidente che il problema del prossimo futuro non è tanto quello della comunicazione del governo, ma semmai quella del governo della comunicazione. Ovvero: come governare, dunque mettere ordine, in questa orchestra di solisti ansiosi di parlare a un ceto medio di elettori che temono di perdere perché si vogliono far pagare le tasse? È lo stesso problema del partito democratico. Come dare la sensazione alle singole componenti che non perderanno di identità? Ma è anche il risultato di quel berlusconismo originale (e non di quello di sinistra), che ha spettacolarizzato la politica, e portato i media a spettacolarizzarla nei giornali e nei talk show, con retroscena, con il virgolettato selvaggio, con il guardare la politica e le istituzioni dal buco della serratura. Trasformando la politica e la comunicazione istituzionale in un reality infinito, e qualche volta anche un po' beccero. Come ogni reality che si rispetti.

roberto@robertocotroneo.it



« Nove dicembre 1986. Un uomo sotto processo in Israele mostra dal finestrino del cellulare le sue mani ai fotografi. Sui palmi ha scritto in un inglese approssimativo: "Mi hanno rapito a Roma". [...] Il movimento antinuclearista e pacifista ne ha fatto una bandiera. »

STEFANIA LIMITI

## “Mi hanno rapito a Roma”

Mordechai Vanunu sequestrato dal Mossad  
La bomba atomica israeliana  
Una spy story

Prefazione di Vincenzo Vasile

**Euro 5,90**  
+ prezzo del giornale

oggi  
in edicola

**l'Unità**

puoi acquistare questo libro anche su internet [www.unita.it/store](http://www.unita.it/store) oppure chiamando il nostro servizio clienti tel. 02.66505065 (lunedì-venerdì dalle h. 9.00 alle h. 14.00)