

**WAR ROOM.** I RUOLI TRA I DUE SEMBRANO INVERTITI ■ DI TOMMASO LABATE

# Le piazze piene di Walter gasano i Democrat Silvio lascia Hollywood per lo stile minimal

Con la telecamera ben piazzata, il pullman che fende la folla è il simbolo di una scenografia vincente

■ Nonostante sia letteralmente «sotto gli occhi di tutti», la rivoluzione è stata praticamente silenziosa. Il borsino pre-elettorale dei sondaggisti dà Silvio in netto vantaggio su Walter. Eppure Walter, a cominciare nelle tappe nordiste del suo tour elettorale, parla di fronte a piazze - avrebbero detto un tempo a *Tutto il calcio minuto per minuto* - «gremite in ogni ordine di posto». Al contrario Silvio, che a sentire gli istituti demoscopici sarebbe già con un piede e mezzo a palazzo Chigi, è accerchiato più che altro da «gruppi di persone», non arriva più «dall'alto» e - soprattutto - ha sostituito le vecchie *location* pseudo-hollywoodiane con l'accoppiata gazebo&tavolini. Se Walter va avanti a colpi di passaggi tivvù che lo vedono al centro di adunanze di massa, Silvio opta per scenografie minimal, volontariamente «sgarrupate», che sembrano prese in prestito dalla cinematografia iraniana.

Al loft gongolano per la gran folla che segue Veltroni anche nei luoghi dov'era prevedibile un'accoglienza meno calorosa. Per esempio in Trentino. «Una cosa impressionante: a Trento non ricordo una manifestazione politica con così tanta gente per le strade e in piazza, nell'ordine delle migliaia», ha giurato Giorgio Tonini. Idem in Piemonte e Lombardia. La gente accorsa in massa ad ascoltare il se-

gretario democrat a Varese ha sorpreso anche gli addetti ai lavori del loft (il portavoce di Veltroni Roberto Roscani ha ricevuto i complimenti anche degli opinionisti non proprio vicini al Pd: ad esempio Gianluigi Paragone, firma di *Liberò*, l'ha chiamato per dirgli che in piazza c'erano anche alcuni dei suoi familiari più stretti).

Chi si nasconde dietro il successo mediatico di Walter? Oltre ai «soliti noti» (e quindi al team che parte da Verini e arriva a Roscani, passando per Novelli), c'è anche un architetto: Roberto Malfatto, scenografo ufficiale della nuova stagione del Pd veltroniano. Malfatto aveva esordito al Lingotto di Torino. Per la campagna elettorale, ha avuto da Veltroni poche regole d'ingaggio. Una su tutte: prendere «l'Italia», lasciata da Berlusconi (che invece punta sul «popolo»). «Nelle nostre scenografie - spiega - valorizziamo soprattutto alcuni elementi: il colore verde, una bandiera italiana che sta sempre accanto al podio e l'inno nazionale, che alla fine viene cantato da tutti. Questi «ingredienti» garantiscono il coinvolgimento delle persone che partecipano ai comizi, sia in piazza che al teatro». Clima permettendo, Veltroni cerca di moltiplicare le iniziative all'aperto («Per far vedere le bellezze del nostro paese, come abbiamo fatto a Spello», sottolinea

Malfatto) e segue un canovaccio che tiene conto di diversi livelli comunicativi. Non c'è solo l'adunata di piazza, ma anche le visite nei luoghi di lavoro e alle famiglie. «E poi - sottolinea lo scenografo del loft - c'è sempre tanta gente anche perché è davvero facile riuscire a scambiare quattro chiacchiere con Walter». Strategico anche l'utilizzo dei pullman: arrivano in piazza aprendo - a favor di telecamere - una folla che pare moltiplicarsi.

All'oceanico Walter, Silvio risponde riponendo in soffitta soggetti, sceneggiature, dialoghi e scenografie delle sue vecchie campagne elettorali. Quelle incentrate sul «leader calato dall'alto». Il perché della rivoluzione, spiegano dalla *war room* del Cavaliere, è tutto nel cambio della ragione sociale berlusconiana. «Forza Italia non c'è più, ora c'è il Popolo della libertà. Il primo brand era concentrato su Berlusconi: tutto quello aveva intorno, in campagna elettorale, serviva a valorizzare lui e soltanto lui. Ora, invece, il protagonista è il popolo italiano, a cui Silvio parla «dal basso». Gli bastano un gazebo o un palco che sembra improvvisato per rivolgersi alla sua gente». E i responsabili del dossier immagine? A sentire le voci di dentro del Pdl, pare che - su questo versante - la palma del «più ascoltato» (dal Cavaliere, s'intende) rimanga sempre nelle mani di Roberto Gasparotti. ■

