



Dipartimento di Scienze Politiche Sociologia della Comunicazione

***Il Partito Politico nella Democrazia
dell'audience. Il caso Italiano***

Relatore

Prof. Michele Sorice

Candidato

Mattia Zunino

matr. 067842

Anno Accademico 2013/2014

Indice

Introduzione

Capitolo I

Il “Principe democratico”.

- 1.1 Leadership come elemento comunicativo
- 1.2 La Personalizzazione della politica
- 1.3 I corpi intermedi nella democrazia rappresentativa, tra crisi e metamorfosi.

Capitolo II

I Mass Media e la Spettacolarizzazione della Politica.

- 2.1 Leadership e teledemocrazia.
- 2.2 Politica come spettacolo.
- 2.3 Il leader nel web 2.0.
- 2.4 Mass media e legittimazione della leadership.

Capitolo III

Il Partito Politico nell’età del pubblico.

- 3.1 Dalla democrazia dei partiti alla Democrazia del pubblico.
- 3.2 L’Italia dei partiti personali, dalla rappresentanza alla rappresentazione.
- 3.3 Primarie, tra rigenerazione e superamento del Partito Politico.

Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Introduzione

Di fronte alla crisi italiana dei partiti di integrazione di massa, facilmente percepibile se si prendono in esame gli ultimi venticinque anni durante i quali sono scomparsi tutti i grandi partiti tradizionali della cosiddetta «Prima Repubblica», alcuni si interrogano se sia possibile oggi immaginare una «democrazia oltre i partiti» (Revelli, 2013) o addirittura «se sia possibile una democrazia rappresentativa senza i partiti». (Diamanti 2012)

I partiti sono, nel nostro paese, di fatto sotto processo da tempo. Un processo d'accusa che ne mette in discussione la stessa esistenza, che li individua come terminali corrotti e inefficienti di un sistema ancorato nel passato. Di soggetti cioè, che hanno da tempo abdicato al ruolo di rappresentare gli interessi dei cittadini per insinuarsi, come oligarchia elettiva, nei gangli dello stato in un fenomeno passato agli onori della cronaca come «partitocrazia¹».

In questa critica c'è un fondo di verità che ha caratterizzato il modo in cui si è giunti al termine di una stagione repubblicana. Già nel 1976 Noberto Bobbio (1976, pp.41-51) riferendosi al “nuovo corso” del Partito Socialista Italiano avviato dal neoeletto segretario Bettino Craxi, individuava un potenziale problema nella trasformazione del Psi in un «partito-macchina» cioè nella “costruzione di una struttura autonoma dagli iscritti, finalizzata al perseguimento del potere parlamentare e istituzionale; e nella costruzione di cordate di potere economico e sociale con il reperimento di finanziamenti a latere di quelli pubblici e in un rapporto diretto con il dare e ricevere favori.” (Urbinati 2013, p.128)

Tuttavia ad una analisi più attenta, al superficiale attacco ai partiti politici, sottostà una più generale e profonda (e allo stesso tempo più preoccupante) critica alla partigianeria e all'istituto della rappresentanza che viene ritenuto da molti non più necessario. Ad essere sotto attacco e a vivere una crisi è l'istitu

¹ Una critica che è poi degenerata in quello che può essere a tutti gli effetti definito un “pregiudizio antropologico” nei confronti di chi pratica il mestiere della politica.

to stesso della democrazia rappresentativa, del quale il partito politico, inteso nella sua più nobile accezione di «democrazia che si organizza», costituisce un'essenziale pilastro.

Interrogarsi sul partito politico, inteso come lo strumento fondamentale della democrazia che si organizza, non può prescindere, oggi, dal prendere in considerazione quella che Bernard Manin (1997) ha descritto come la transizione da una «democrazia dei partiti» a quella che egli definisce una «democrazia del pubblico». Ovvero in altre parole, non è possibile fare a meno di evidenziare come il partito abbia subito delle trasformazioni profonde nelle sue strutture e nelle sue modalità d'azione. Una crisi che si fa cristallina se si esaminano le funzioni tradizionali di rappresentanza di istanze sociali, selezione e formazione degli eletti e dei gruppi dirigenti. Tuttavia questa transizione dalla centralità dei partiti ad una centralità del pubblico difficilmente può essere oggi considerata “una fase transitoria della democrazia rappresentativa, ora conclusa” (Urbinati, 2013)

Ad essere scomparso non è tanto il partito politico, ma una particolare modalità in cui esso si è strutturato e organizzato in un dato contesto storico, sociale ed istituzionale. “In Italia il vuoto lasciato dal sistema tradizionale dei partiti è stato occupato non tanto da nuovi partiti quanto da partiti personali o da partiti del leader” (Fabbrini 2011, pp. 43-4). Questo ha portato all'apparente paradosso che tutti coloro i quali si sono candidati con la dichiarata intenzione di volere superare il partito politico, rinnegandone la funzione, hanno provveduto a ridefinire il campo dando al partito nuove peculiarità e caratteristiche.

Infatti “la democrazia del pubblico inaugurata da Berlusconi non ha sostituito, ma adattato a sé la democrazia dei partiti. [...] Affacciatosi sulla scena politica contro i partiti esistenti e per rimpiazzarne la funzione con la democrazia del pubblico orchestrata dalle sue televisioni, il movimento civile messo in moto dal leader di Fininvest ha poi formato un partito vero e proprio” (ibidem). E più

recentemente² il Movimento 5 Stelle guidato da Beppe Grillo e Gianroberto Casaleggio, candidatosi per scardinare il sistema dei partiti e sostituirlo con una non meglio precisata «democrazia della rete» ha poi provveduto, divenuto movimento parlamentare, a palesare una vera e propria struttura di partito, regolata da un potere padronale dei suoi fondatori e da una ferrea disciplina all'interno dei gruppi parlamentari.

Si è trattato e si tratta cioè, di una trasformazione profonda dei partiti politici “che riguarda il loro dimagrimento democratico, non la loro scomparsa” (ivi.)

² Si fa qui riferimento alle elezioni politiche del 2013 che hanno visto una nuova formazione politica, il Movimento 5 Stelle, ottenere il 25,55% dei consensi (8.689.168 voti) per la Camera dei Deputati ed il 23,79% (7.285.648 voti) per il Senato della Repubblica. Rif. Ministero Dell'interno.

Capitolo I

Il Principe Democratico.

1.1 Leadership come elemento comunicativo

Uno degli effetti forse più rilevanti della crisi dei partiti tradizionali in Italia, è stato il ruolo sempre maggiore assunto dall'esecutivo (specialmente dal leader dell'esecutivo) e connesso a questo fenomeno il ruolo sempre più rilevante che sono venute ad assumere quelle figure che Sergio Fabbrini (1997) ha definito «prìncipi democratici».

Se nelle principali democrazie consolidate il XX secolo ha visto celebrata l'ascesa e la centralità degli esecutivi, questo processo per l'Italia della cosiddetta prima Repubblica può essere vero solo in parte. Il fortissimo ruolo esercitato dai due "partiti-chiesa" (la Democrazia Cristiana ed il Partito Comunista) e la *conventio ad excludendum* a cui è stato costretto il PCI per tutta la sua esistenza connesso ad una "paura istituzionalizzata" di una leadership forte (derivante dai precedenti del fascismo) hanno, infatti, contenuto il ruolo dell'esecutivo³ con una netta prevalenza del parlamento, all'interno del quale i partiti si sono storicamente organizzati in gruppi coesi e rispecchianti le principali fratture socio-economiche del paese.

Non si è trattato, dunque, della sola crisi dei partiti tradizionali, ma di una vera e propria crisi di sistema che ha visto affermarsi, su quello che restava degli attori della "Prima Repubblica" un nuovo modello di partito, incentrato sulla figura carismatica (e, nel caso Italiano, proprietaria) del leader lucidamente esemplificabile nella scalata di Silvio Berlusconi. «La democrazia consensuale a centralità parlamentare che era stata la cifra distintiva dell'Italia precedente agli anni novanta viene sostituita di fatto da una democrazia

³ A testimonianza di questo fatto, l'istituto della presidenza del consiglio dei ministri, pur previsto nel dettato costituzionale, sarà introdotto solo nel 1988 con legge n. 400 del 23 agosto.

pseudomaggioritaria; i leader transazionali (e di basso profilo) dei governi precedenti al 1994 vengono sostituiti da leader trasformativi e negli stessi partiti il nuovo “principe democratico” assume un più marcato peso decisionale» (Sorice, 2012, p. 111)

In questa transizione si sono verificati due elementi che per la democrazia italiana saranno periodizzanti. L’affermazione di un ruolo centrale dei media sulla scena politica, specialmente della televisione, ed una crescita dell’influenza dei leader sui partiti e, più in generale, sul sistema politico. Mentre l’influenza dei leader cresceva e si affermava un ruolo sempre più rilevante della leadership all’interno dell’esecutivo, parallelamente il peso dei media nel legittimare/delegittimare quella stessa leadership si è fatto sempre più forte.

Da una parte i media hanno giocato un ruolo determinante nel favorire leader politici che si sono posti al di fuori del tradizionale sistema dei partiti secondo una narrazione che si è situata all’interno delle caratteristiche di drammatizzazione ed enfattizzazione che ha assunto la notizia politica⁴; dall’altro lato i leader politici (coadiuvati sempre di più da personale qualificato esterno al sistema dei partiti), comprese le esigenze e le linee guida che stavano alla base della produzione delle notizie (essenzialmente il profitto, e quindi l’audience) si sono adeguati ad esse, provando ad anticiparle. «La notizia politica assume rilievo non perché ha attinenza con la vita della gente, bensì perché essa è presentata in termini che possono suscitare l’attenzione di quest’ultima»⁵ (Fabbrini, 1997, p.118) È appunto l’attenzione suscitata dalla notizia a determinare l’interessamento o meno del pubblico. In questo processo le esigenze di una ipersemplicificazione della complessità politica si sono affermate: suscitare attenzione facendo spesso ricorso all’emozionalità dell’*audience* ha

⁴ La notizia politica, seguendo la analisi di Schudson (1983), assume tre caratteristiche principali: la drammatizzazione, la semplificazione e la personalizzazione dell’evento riportato.

⁵ «Ad esempio: la notizia della rivalità-antipatia tra due leader politici ha sicuramente scarsa attinenza con la vita quotidiana di molti, eppure essa può essere riportata in modo tale da suscitare emozioni ed identificazioni che finiscono per renderla rilevante per quegli stessi individui la cui quotidianità dovrebbe spingerli ad occuparsi di ben altre rivalità e antipatie». (Fabbrini, 1997, pp. 118).

spesso prevalso su di una informazione completa e, per questo necessariamente più complessa delle vicende politiche.

«Se di primo acchito la *democrazia del pubblico* sembra incarnare un sistema di rappresentanza fluido, aperto, caratterizzato dall'indeterminatezza e gestito da candidati individuali invece che dai membri del partito-organizzazione, a un'analisi più attenta, tuttavia, siffatto sistema si rivela non meno gerarchico, rigido e omologato del suo antenato con la notevole (e negativa) differenza che ora l'elemento unificante è, direttamente, il leader e, indirettamente, il potere subliminale dei media e dei tecnici che li usano» (Urbinati, 2013, p. 168) Vista in questa chiave l'identificazione della politica in persone in carne ed ossa (e non già in astratte identità collettive quali sono i partiti), visibili in un teleschermo nel privato della propria casa, è stato il messaggio che meglio si è adattato al medium.

A differenziare i diversi leader in quella che è a tutti gli effetti una campagna elettorale permanente che «rappresenta un nuovo tipo di relazione fra partiti/leader e cittadini e costruzione del consenso» (Sorice, 2012, p. 108), non sono tanto i programmi promossi dai partiti, quanto la personalità, il linguaggio e finanche il carisma del leader dell'accezione weberiana del termine.

Questo risulta particolarmente evidente se si prende in considerazione il momento delle campagne elettorali e le trasformazioni che in esso si sono verificate con l'affermarsi della «*democrazia del pubblico*». Esse sono sempre più centrate sul candidato, invece che sul partito, con particolare attenzione a caratteristiche che poco o punto hanno a che vedere con la politica, ma che attengono più specificatamente alle caratteristiche fisiche del candidato, alla sua abilità di parlare in pubblico, di coinvolgere, e di emozionare. Non è casuale, in questo senso, che sia cresciuto sempre più il peso dei *professionisti della comunicazione* rispetto a quello dei militanti del partito che tradizionalmente animavano le campagne elettorali, anzi, sempre più spesso i partiti si sono rivolti ad agenzie di comunicazione esterne alla propria struttura organizzativa per realizzare e mettere in atto le campagne elettorali.

Il ruolo assunto dalla comunicazione intermediata dai mass media (invece che dai volontari e dai distaccamenti territoriali del partito, le sezioni) ha contribuito, nel tempo, a ridefinire la struttura stessa del partito, una struttura in cui da una parte «i sondaggi diventano sostituto per la ormai indebolita capacità degli attivisti di percepire gli umori e le domande dell'opinione pubblica» (Della Porta, 2009, p.131) dall'altra «i media sostituiscono sempre più le sezioni come strumento per amplificare il messaggio del leader». (*ibidem*)

Con l'indebolimento fino quasi alla scomparsa della struttura organizzativa del partito il leader e la leadership politica da lui esercitata⁶ sono venuti ad essere indispensabili elementi comunicativi all'interno della «*democrazia del pubblico*» anche e soprattutto per le esigenze di semplificazione della complessità politica e per le tendenze di personalizzazione che questa mette in essere. Quasi «come se la logica radio-televisiva dei notiziari politici avesse portato alle sue conseguenze ultime la tipologia interpretativa dell'evento politico basata sulla coppia amico/nemico» (Fabbrini, 1997, p.118). In altre parole «Spesso le vicende della vita privata di un politico contano più del suo programma; il *look* diventa una qualità più importante della retorica; l'*appeal* personale prevale sui contenuti. Proprio l'intimità del mezzo televisivo nutre l'impressione di poter giudicare un leader meglio dalla sua personalità che dai suoi programmi» (Della Porta, 2009, p.138) Ma allo stesso tempo «proprio la dipendenza dai media rende comunque fragile e precaria la posizione del leader». (*ivi.*)

⁶ «È bene tenere distinti il leader (di governo) dalla leadership (del leader di governo). Se con il primo si deve intendere il particolare individuo investito di un potere decisionale, con la seconda occorre intendere, invece, la natura dell'azione decisionale da quell'individuo realizzata. Insomma se il leader è un'attore la leadership è una relazione.» (Fabbrini, 1997, p. 10)

1.2 La personalizzazione della Politica

Un secondo fenomeno che ha contraddistinto la transizione alla *democrazia dell'audience* è stato una forte tendenza alla personalizzazione della politica. Una tendenza che, pur trovando i suoi prodromi negli anni ottanta, ha subito in Italia una svolta nei primi anni novanta (specialmente durante il biennio 93-94) arrivando ad una vera e propria esplosione.

La personalizzazione della politica affonda le sue radici in una più complessa e generale personalizzazione della società sviluppatasi a partire dal secondo dopoguerra. Quello dei primi anni novanta era infatti un contesto sociale già profondamente mutato: la crescente frammentazione sociale, lo sviluppo di forme di disintermediazione sempre più accentuate, la crescita dei livelli di istruzione e l'affermarsi di un sistema di sviluppo post-industriale hanno contribuito a produrre una sempre maggiore difficoltà dell'*io individuale* a riconoscersi in forme di identità collettive.

I tradizionali *cleavage* sociali che avevano contraddistinto il «secolo breve⁷» e intorno ai quali i partiti tradizionali avevano esercitato il loro ruolo di aggregazione ed intermediazione, si rivelavano infatti, con il passare del tempo, sempre più inadeguati a rappresentare la complessità che la società post-moderna stava sviluppando. Di conseguenza «nel momento in cui il primato della comunità, della classe, del ceto, con le loro norme di appartenenza, tende a svanire, è il primato delle persone ad affermarsi». (Bordignon, 2014). E questo favorisce un contesto elettorale in cui gli elettori «tendono a votare sempre più per una persona e sempre meno per un partito» (Manin, 1997, p. 243). È al candidato, al leader politico che spetta «l'iniziativa di proporre una linea di divisione. Essi portano alla conoscenza del pubblico questa o quella divisione sociale richiamando l'attenzione su una frattura della società di cui

⁷ Si fa qui riferimento alla famosa periodizzazione introdotta, nell'omonima opera, da Eric J. Hobsbawm (1917-2012).

prima non ci si accorgeva» (*ivi*, p.251) o costruendone artificialmente una nuova.

Sul piano della politica e delle scelte elettorali infatti, questo fenomeno si declina nel fatto che «il cittadino elettore tende sempre più a compiere scelte di voto *personali*, svincolate cioè dal condizionamento dei partiti e basate sulla *fiducia personale* nei confronti del candidato, con il quale cerca dunque di costruire e mantenere un *rapporto personale*. Il rappresentante politico, in modo speculare, tende ad agire in modo sempre più autonomo, avendo come vero riferimento non il partito, ma *la sua persona* e quindi il *suo* elettorato al quale si rivolge costantemente, nel tentativo di ridefinire un rapporto fiduciario» (Bordignon, 2014, p.5)

La rappresentanza ha visto riaffiorare dunque, fenomeni antichi e già noti che avevano contraddistinto le prime forme di rappresentanza, quelli appunto della *personalizzazione* e della scelta elettorale basata sulla instaurazione di un rapporto fiduciario tra rappresentante e rappresentato che aveva contraddistinto il parlamentarismo⁸. A creare un rapporto fiduciario tuttavia, complice l'aumento del suffragio, non sono più (solo) rapporti diretti di conoscenza e condivisione di una medesima comunità sociale, infatti «la fiducia personale non è più basata su una conoscenza diretta, fondata sull'esistenza di reti di tipo notabile che si sviluppano a livello locale, essa si instaura attraverso i mezzi di informazione, e in particolare attraverso la televisione» (*ivi*, p.28)

La *personalizzazione della politica* ha poi trovato in Italia una formalizzazione legislativa ed istituzionale con l'introduzione dell'elezione diretta dei sindaci e dei presidenti di provincia⁹ prima, e con le varie leggi elettorali regionali che hanno via via previsto l'elezione diretta dei presidenti di Regione poi. Si favoriva quindi un rapporto diretto tra il rappresentante ed il rappresentato, limi-

⁸ Nella fortunata periodizzazione storica delle forme assunte dal governo rappresentativo proposta da Manin (1997, trad. it. 2010) il *parlamentarismo* precede la *democrazia dei partiti*.

⁹ L'elezione diretta dei sindaci e dei presidenti di provincia è stata introdotta nel 1993 con legge 81 del 25 marzo.

tando fortemente il ruolo dei partiti a livello locale e attribuendo parallelamente un maggiore potere agli eletti rispetto alle stesse burocrazie dei partiti. All'interno degli stessi partiti questa riforma andava ad alimentare un sempre più marcato indebolimento del *party on the ground* e delle strutture della militanza di base, ed un rafforzamento del *party in public office* ovvero soprattutto di quei rappresentanti forti di una legittimazione diretta ai danni del tradizionale apparato di partito.

La soluzione all'indebolimento dei partiti nella loro funzione sociale prendeva piede nella creazione di leadership forti e indipendenti che si ponevano all'esterno delle strutture organizzate sottolineando la propria indipendenza e autonomia.

Se sul terreno delle amministrazioni locali, delle leadership interne (ed esterne) ai partiti e più in generale nell'arena elettorale mediatizzata, la *personalizzazione* ha trovato terreno fertile per svilupparsi, queste stesse condizioni facilitanti non hanno avuto eguale forza d'urto sul piano del legislativo, e dell'esecutivo. Il fenomeno della *personalizzazione* è stato cioè filtrato da una griglia istituzionale che ne ha limitato gli effetti. Il legislativo continua infatti ad essere organizzato intorno al ruolo centrale dei partiti politici, i membri del parlamento vengono infatti selezionati dai partiti e pochi di essi sono eletti su di una base personale. Un fenomeno che è stato notevolmente accentuato con l'introduzione nel 2005 della legge elettorale Calderoli¹⁰ che affidava interamente alle segreterie o direttamente al leader del partito il potere di comporre le liste elettorali e, conseguentemente, di nominare la "propria" delegazione parlamentare.

¹⁰La legge numero 270 del 21 dicembre 2005 prevedeva l'assegnazione di un forte premio di maggioranza (il 55% alla camera dei deputati su base nazionale e il medesimo premio, assegnato su base regionale, per il Senato della Repubblica) alla coalizione che avesse ottenuto la maggioranza relativa dei voti, ha privato l'elettore italiano della scelta e talvolta della stessa conoscenza, dei rappresentanti eletti nel proprio collegio. La legge Calderoli è stata in parte dichiarata incostituzionale dalla Corte Costituzionale con sentenza del 4 dicembre 2013 negli articoli che disciplinavano i premi di maggioranza e in quelli che disciplinavano la presentazione dei candidati in liste "bloccate".

In sintesi la contesa elettorale ha trovato nel contesto sociale e nel sistema dei media delle condizioni facilitanti che hanno favorito una crescita del fenomeno della personalizzazione, al contrario l'esercizio del potere politico ha trovato nell'architettura istituzionale un freno a fenomeni di personalizzazione del potere e derive plebiscitarie¹¹. Questo perché se la «personalizzazione della politica rinvia ad una attività sociale che ha il suo esito necessario nel processo elettorale, la personalizzazione del potere (politico) rinvia ad una relazione istituzionale che ha il suo esito possibile in un'organizzazione governativa». (Fabbrini, 1997, p. 133)

1.3 I corpi intermedi nella democrazia rappresentativa, tra crisi e metamorfosi

Sia l'affermazione di un ruolo crescente della leadership come processo di semplificazione della complessità politica (e quindi dei leader che sono in grado di esercitarla) sia lo spazio sempre più rilevante che i fenomeni di personalizzazione della politica hanno assunto, sono riusciti ad affermarsi e a divenire così rilevanti perché, parallelamente, si è venuto a palesare uno stato di crisi degli attori collettivi che, tradizionalmente, avevano occupato il centro della scena politico-istituzionale mediando, articolando e traducendo in progettualità politica i rapporti e le istanze individuali che provenivano dalla società.

¹¹ «È l'istituzionalizzazione di un potere personale il cui esercizio è quindi sottoposto ad una periodica e comparativa verifica elettorale. In altri termini la democrazia plebiscitaria è quella democrazia che affida il potere ad un capo (e solo a lui), in quanto quest'ultimo è stato eletto su una base di un potere personale (ed esclusivamente personale), beneficia di una fiducia personale (che nessun altro può condire) esercita il potere in modo personale e, quindi personalmente rende conto agli elettori. Insomma nella democrazia plebiscitaria (sul versante di chi detiene il potere) non ci sono programmi ma persone e (sul versante di chi lo legittima) non ci sono interessi, ma emozioni». (Fabbrini, 1997, p.22)

Storicamente in Italia il ruolo di queste organizzazioni collettive (partiti, sindacati, associazioni di categoria, ordini professionali ecc.) è sempre stato molto rilevante, al punto che chi stava fuori dalle componenti organizzate degli interessi difficilmente, se privo di altri strumenti di pressione (economici ad esempio) ha potuto con efficacia e soddisfazione trovare risposta alle proprie istanze. «Chi non si è organizzato non ha contato. [...] I governi hanno teso a privilegiare, nella loro azione, gli interessi organizzati che li sostenevano. E così i partiti, in quanto comunità organizzate, hanno teso a rivolgersi ad altre comunità organizzate (come i gruppi di pressione), nella società come nello stato per ottenere da esse le necessarie risorse (organizzative, finanziarie, culturali) e il necessario consenso (elettorale)» (Fabbrini 1997, p.17)

Con il sopraggiungere della crisi dei primi anni novanta e il conseguente affermarsi di una metamorfosi delle strutture della democrazia rappresentativa l'incapacità dei partiti e dei corpi intermedi di uscire da questa spirale autoreferenziale ha allargato e reso sempre più rilevante la frattura (storicamente già presente nella storia Repubblicana) con coloro i quali non si riconoscevano nei canali tradizionali che la rappresentanza aveva sin lì utilizzato. A risentirne era anzitutto l'erosione dello "zoccolo duro" dell'elettorato dei partiti e cioè di quelle identificazioni di lungo periodo che si concretizzavano in un *voto di appartenenza* pressoché immutabile nel tempo.

A guadagnare terreno era un sempre più diffuso e atomizzato *voto d'opinione* dettato principalmente da scelte di breve periodo che per sua stessa natura poteva modificarsi repentinamente da una elezione all'altra o collocarsi al di fuori delle contese elettorali, astenendosi dal voto.

Si andava affermando in questa fase un'attivismo civico fluido, privo di una organizzazione gerarchica e territoriale, che si attivava intorno a singole istanze per periodi di tempo brevi, per poi riassopirsi senza quindi la possibilità di approfondire una visione di insieme e con grandi difficoltà ad allontanarsi dalla dittatura del tempo presente per una impostazione programmatica di medio-lungo periodo.

Come un fiume carsico la partecipazione politica cercava nuove forme per concretizzarsi. Tuttavia, se «sul piano culturale i partiti non seppero fornire argomentazioni per respingere l'assedio» (Prospero, 2012, p.71) allo stesso tempo il mito del loro superamento attraverso una rete disorganica e atomizzata di comitati civici celebranti il mito della società civile non si realizzò. Si realizzò invece, in un trend crescente ed inversamente proporzionale allo stato di salute dei partiti, una crescita della discriminante economica nei processi partecipativi, infatti «la partecipazione innescata da associazioni non di partito, ma di società civile rivela un consistente innalzamento dell'attivismo dei ceti medi cognitivi (elevata istruzione, maggiore disponibilità di tempo e di risorse) e una considerevole contrazione della partecipazione dei ceti sociali subalterni (lavoro dipendente, operaio, scarsa scolarizzazione)» (*ivi*, p.82)

«Si è così verificato che la carica innovativa nella politica pubblica (tralasciando il suo segno partigiano) è provenuta dai leader, e non già dalle organizzazioni (di partito o di interesse). A partire dagli anni ottanta i leader e «i capi degli esecutivi (proprio come individui) sono stati gli unici che hanno potuto fornire una «voce» alle esigenze diffuse dell'innovazione e dell'integrazione». (Fabbrini, 1997, p.18)

Figure che si presentavano come esterne alla politica di professione e più in generale al sistema della rappresentanza tradizionale (oltretutto fortemente screditato dagli scandali dell'inchiesta di «Mani Pulite») che hanno cercato di entrare in diretto contatto con il cittadino elettore e rifiutando ogni intermediazione nel processo comunicativo se non quella offerta dei media, hanno goduto di una congiuntura estremamente favorevole. I leader politici, molto più che i partiti, sono apparsi cioè come i soggetti più credibili ad aggregare gli interessi di quei soggetti (sempre di più) che si ponevano al di fuori del sistema di rappresentanza tradizionali rifiutando così il ruolo di intermediazione che i partiti vi esercitavano.

Capitolo II

I Mass Media e la Spettacolarizzazione della Politica.

2.1 Leadership e teledemocrazia

Dal punto di vista del sistema dei media, grazie alla rivoluzione tecnologica e specialmente con la diffusione capillare della televisione, si sono venuti ad affermare nelle democrazie consolidate dei «sistemi democratici connotati da una forte presenza dei mezzi di comunicazione di massa» (Fabbrini, 1997, p. 115) Una presenza che è venuta ad assumere, con il tempo, una rilevanza tale da portare Arterton (1987) a definire questi sistemi come «*teledemocrazie*». Ovvero sistemi all'interno dei quali è il campo del visivo, cioè dell'immagine trasmessa, ad acquisire una centralità prima di allora sconosciuta e in cui «il sistema dei media costituisce l'ambito privilegiato per la costruzione dello spettacolo politico» (*ivi*, p.117)

A subire un mutamento radicale sono, conseguentemente, le modalità stesse di socializzazione politica. Queste infatti non attengono più (solo) i tradizionali processi collettivi frutto della discussione e dell'elaborazione mediata e elaborata dalle tradizionali agenzie di socializzazione (la scuola, i partiti, le parrocchie ecc.), ma vengono ad imporsi nuove forme, individuali e atomizzate, di avvicinamento alla politica che si concretizzano (anche) attraverso il filtro imposto dal teleschermo, e in una dimensione (il privato della propria abitazione) che sfugge al controllo delle tradizionali organizzazioni collettive della rappresentanza.

Una delle caratteristiche fondamentali del partito di massa era infatti rappresentata da una «cura maniacale della sua riproduzione nel tempo attraverso

la gelosa custodia dei confini ideali fatta valere con riviste, fogli, giornali». (Prospero, 2012, p.89) I partiti cioè attraverso i propri canali di stampa e propaganda¹² «tenevano l'organizzazione al riparo dall'ingerenza di altri media [...] disponevano di canali di semplificazione analitica e di socializzazione culturale» propri che rappresentavano una «granitica protezione rispetto all'esterno». (*ibid.*) Si trattava cioè di una comunicazione “a compartimenti stagni” «in cui la comunicazione politica tendeva a riprodurre e rinforzare le relazioni di appartenenza tra elettori e partiti» (Raniolo, 2002, p. 187).

Gli effetti e i conseguenti rischi generati da media indipendenti ed esterni alle mura del partito non potevano essere dunque ignorati. Già Gramsci (1975, p. 612) riconosceva nei media la responsabilità di un cambiamento per il quale «il linguaggio politico è diventato un gergo» e la radio avrebbe potuto sostituire il partito nel «normale governo dell'opinione pubblica» con la possibilità di «suscitare estemporaneamente scoppi di panico e di entusiasmo fittizio che permettono il raggiungimento di scopi determinati, nelle elezioni per esempio». (*ibid.*)

Come già era accaduto in passato quindi, l'invenzione e la diffusione capillare di nuove tecnologie di comunicazione ha contribuito a ridefinire e mutare il sistema politico al punto che, secondo alcuni, oggi «il conflitto politico concerne la competizione tra messaggi, ed è finalizzato -nella sua interpretazione più pessimistica (Edelmann 1987)- a smuovere il pubblico dalla sua indifferenza e, contemporaneamente, ad impedirgli una effettiva partecipazione alla vita politica». (*Fabbrini, 1997, p.117*)

¹² La «*democrazia dei partiti*» era infatti caratterizzata da una fortissima diffusione e presenza di media *di partito*. Se si guarda al caso italiano, ad esempio, si può notare facilmente come ogni partito poteva disporre di un proprio complesso e radicato apparato di comunicazione che si concretizzava con la distribuzione e la diffusione di quotidiani e riviste. Nel caso del PCI, ad esempio, intorno a L'Unità, il quotidiano fondato nel 1924 da Antonio Gramsci e Palmiro Togliatti, si costruì un complesso apparato di redazioni locali ed una capillare rete di distribuzione militante di quella che, a tutti gli effetti rappresentava, la *voce del partito*.

Al declino del partito e alla sua perdita di centralità, la *teledemocrazia* infatti non ne favorisce la sostituzione con una *agorà* ritrovata, cioè con una moderna formulazione di democrazia dove alle oligarchiche burocrazie del partito-macchina verrebbe a sostituirsi una nobile società civile fino ad allora repressa nel suo dinamismo democratico, ma al contrario rende possibili, e anzi facilita, derive oltre che populiste, plebiscitarie della leadership politica.

Se infatti «il populismo attribuisce al popolo una presenza politica, il plebiscitarismo gliene attribuisce una spettatoriale e passiva, con la funzione negativa di osservatore. Il primo esalta la partecipazione, il secondo la trasparenza» (Urbinati, 2014, p.242). Ed è proprio la trasparenza (reale o percepita), la possibilità cioè di conoscere e osservare gli attori (i leader) e le loro azioni a trecentosessanta gradi, sin nella loro intimità privata, ad essere una delle caratteristiche portanti della *teledemocrazia*. Un processo questo che, dalla parte degli *spettatori*, depotenzia il loro ruolo di partecipazione attiva ed «esalta al contrario il ruolo dei mass media come fattore extra-costituzionale di sorveglianza». (*ibid.*) In altre parole si genera un fenomeno in cui «la fiducia, componente essenziale di un processo come quello elettorale, si trasferisce da un'attore collettivo, il partito, sempre più verso attori individuali, dei quali si conosce (o si crede di conoscere) anche l'aspetto privato della vita. (*ivi*, p.284)

In questo senso il caso italiano risulta essere l'esempio più calzante. Alle iniziative referendarie promosse dal movimento civico di Mariotto Segni e alla crisi della «democrazia dei partiti» dei primi anni novanta infatti non seguì l'ascesa della società civile e l'affermazione di una moderna democrazia deliberativa. Al contrario si affermò (con le elezioni politiche del 1994) un nuovo modello di partito-azienda incentrato sulla leadership carismatica e proprietaria di Silvio Berlusconi che, muovendosi in un terreno lasciato sgombro dai tradizionali capisaldi della mediazione e della rappresentanza sino ad allora presidiati dai partiti, ha raggiunto, con una strategia comunicativa ed una esposizione mediatica sino ad allora sconosciute all'Italia repubblicana, i vertici del potere esecutivo.

La leadership che si afferma come vincente in questa metamorfosi è dunque, un tipo di leadership che rifiuta la mediazione tradizionale per porsi in contatto diretto con un pubblico (*audience*) inteso come spettatore passivo di uno spettacolo politico. Una platea politicamente “attivata” da un bombardamento ripetitivo di immagini iper-selplificate volte a suscitare fiducia e identificazione facendo leva su di una dimensione emozionale più che su un’approccio critico-razionale.

Progressivamente dunque, vengono ad assumere un ruolo sempre più rilevante sia gli esperti dei media che affiancano i leader politici nell’elaborazione delle strategie comunicative chiamati a costruirne la personalità (o la maschera) mediatica, sia coloro i quali sono deputati a decidere quelle che sono le «*notizie*» che meritano diffusione attraverso i media (e la loro gerarchia) in un processo dove la logica ispiratrice è prevalentemente dettata dalle necessità economiche proprie del sistema televisivo, ovvero dagli indici di ascolto. Sul versante opposto «il partito subisce una mutazione tale che non è più definibile in base a principi di lungo periodo, ma intorno alle performance mediatiche dei suoi leader». (Prospero, 2012, p. 89) nella convinzione che «con gli stessi meccanismi della pubblicità commerciale, sembrava possibile, per il leader e i suoi collaboratori più stretti determinare processi politici di sostegno in un modo favorevole. Per vincere il partito avrebbe dovuto rivolgersi non certo alla ragione dell’elettore con argomenti logici, ma all’emozione con la sollecitazione di impulsi, con il richiamo evocativo» (*ivi*, p. 92).

2.2 La politica come spettacolo

I processi di svolgimento della politica in un contesto all’interno del quale i media giocano un ruolo sempre più rilevante sono, dunque, sempre più facilmente riconducibili alla metafora di uno spettacolo teatrale all’interno del quale da una parte, i leader politici rappresentano i principali attori di una sce-

na sempre più mediatizzata, dall'altra il pubblico (*audience*) dello spettacolo politico appare come un soggetto atomizzato e passivo cioè «l'oggetto (o meglio, la platea) di uno spettacolo politico, ovvero un *locus* di emozioni e idee che gli attori politici (e, in primo luogo, i leader politici) tentano di colonizzare attraverso, appunto, l'utilizzo dei moderni strumenti della comunicazione elettronica». (Fabbrini 1997, p. 115)

La metamorfosi in senso spettacolare della politica indebolisce dunque le componenti partecipative dell'agire politico ed esalta al contrario il ruolo di un cittadino-spettatore chiamato a guardare, osservare e giudicare. Così facendo ad essere esasperata è la componente estetica dell'opinione pubblica e questo avviene «a spese della comprensione e della partecipazione nella creazione del giudizio politico» con il paradosso che «le immagini sono fonte di un tipo di giudizio che tiene conto dei gusti più che delle capacità etiche» (Urbinati, 2014, p.286) di un tipo di giudizio che, in altre parole mal si concilia con la possibilità di comprendere, o di incidere, sui processi decisionali.

Sui gusti infatti, in quanto attinenti alla dimensione più prettamente soggettiva dell'opinione (quella estetica appunto), riesce facile «discutere», ma quello che riesce molto difficile, se non addirittura impossibile, è «disputarli» e questo avviene perché «nel dominio del gusto nessuna determinazione che vada oltre la disputa è fruibile [...] il gusto è un'opinione privata e difficilmente può essere veicolo per costruire ragioni condivise e giungere ad un accordo reciproco tra gli osservatori» (*ibid.*) e questo «poiché è un'espressione personale che non ha parametri di misurazione al di fuori del sentire del soggetto». (Urbinati, 2013, p.171) In breve «il gusto è e resta soggettivo». (*ibid.*)

Risiede al contrario nel ragionamento ipotetico (nell'immaginazione) l'unica strada percorribile, secondo Kant, per raggiungere il compromesso e la mediazione politica. Infatti «in ciò su cui deve essere permesso di discutere, vi deve essere la speranza di potersi accordare, e di conseguenza si deve poter contare su fondamenti del giudizio che non abbiano semplicemente validità

privata e non siano quindi semplicemente soggettivi; al che tuttavia è proprio opposta la proposizione: ciascuno ha il suo gusto proprio» (Kant, 2010, p.173)

Uno dei principali problemi connessi all'evoluzione in senso spettacolare della politica risiede dunque, nell'ostacolo che le caratteristiche di questo cambiamento pongono alla mediazione e al raggiungimento di accordi. Una componente essenziale della politica e della democrazia. L'eccessiva spettacolarizzazione aumenta infatti il rischio di esasperazione della dialettica amico-nemico nella rappresentazione mediatica della politica all'interno della quale al cittadino-spettatore non resta che un potere negativo di controllo e, per quel che riguarda il politico-attore crea non poche difficoltà dal momento che «il mito della trasparenza può diventare un impedimento alla decisione politica proprio perché tende a radicalizzare anziché smorzare i toni e le posizioni e quindi ad allontanare la possibilità di un'accordo¹³» (Urbinati, 2013, p.116)

Sapendo di essere visti i leader politici si muoveranno all'interno di una logica dello scontro piuttosto che del confronto, esaltando cioè le opinioni divergenti, caratterizzandosi su posizioni chiare e facilmente distinguibili rispetto alla controparte, ponendo quindi solo in secondo piano (o omettendoli del tutto) i punti di convergenza intorno ai quali potrebbe essere costruita una mediazione.

L'essere costantemente sotto l'occhio del pubblico è il prezzo che il leader paga al tempo della politica-spettacolo per il solo fatto di essere tale. La linea che separa la dimensione pubblica da quella privata si assottiglia sempre di più in un rapporto proporzionale al ruolo esercitato dal leader e alla sua esposizione mediatica. Ma si tratta di una trasparenza parziale che si concentra prevalentemente su aspetti che poco o punto hanno a che vedere con il reale esercizio del potere politico e il conseguente controllo che l'opinione pubblica è chiamata a svolgere su di esso in un sistema democratico. Questo accade prevalentemente perché «le priorità della televisione sono lo scoop, la foto e

¹³ L'esempio forse più illuminante di questo può essere rinvenuto nelle consultazioni, tenutesi in diretta streaming, tra il Presidente del Consiglio incaricato Pierluigi Bersani e la delegazione del MoVimento 5 stelle nella primavera del 2013.

gli indici di ascolto, la più ampia audience possibile» (Sartori, cit in Urbinati 2014, p 286) è proprio in queste logiche che risiede il rischio che «le decisioni politiche finiscano per restare invisibili e occultate perché sono, per la maggior parte, sgradite al gusto estetico e ai desideri di spettacolo della folla televisiva». (Urbinati, 2014, p. 287) Con l'apparente paradosso che il mito della trasparenza talvolta possa agevolare, anziché contrastare, la corruttela e il malaffare in ambito politico.

A risultare fortemente indebolito è dunque, il controllo sociale verso gli attori principali dello spettacolo politico, un'indebolimento strutturale che avviene parallelamente su due fronti. Se da una parte infatti «il partito perde l'autonomia politica legata alla compattezza di un'organizzazione per fondersi con la logica emotiva dei media» generando una conseguente «marginalizzazione dell'attivista e una impennata dei costi per l'avvento di un nuovo tipo di professionismo politico [...] dove i media tendono a sostituire la membership attiva e innalzare il tasso di un consenso passivo» (Prospero, 2012, p.96) dall'altra, complice una generale passività, «l'audience non controlla il leader, ma suggerisce al leader che cosa dovrebbe fare o evitare di fare per ottenere il favore della gente, e in verità forgiare la loro opinione favorevole» (Urbinati, 2014 p.287)

Per un leader che prende parte a questo processo dunque, «pronunciare discorsi visionari è più importante di fornire informazioni o discutere le sue scelte con gli altri organi dello stato» e inevitabilmente «quando i leader si rivolgono direttamente al popolo radicalizzano i problemi e rendono più difficile la mediazione ed il compromesso tra le parti». (Urbinati, 2014, p.246) Quella che emerge agli onori della cronaca è infatti una politica fatta essenzialmente di conflitti tra leader tenuti in arene mediatiche. Veri e propri scontri durante i quali a restare nell'ombra è la complessità delle scelte politiche, cioè le modalità attraverso le quali il potere politico viene esercitato.

2.3 Il leader nel web 2.0

«La rete sembra garantire un rapporto più diretto fra attori politici e cittadini» (Sorice, 2011, p. 107) Tende cioè ad acuire ed accelerare quei processi, già presenti da tempo, di disintermediazione della politica e non solo. Questo processo risulta ancora più evidente se si prende in considerazione lo sviluppo del cosiddetto web 2.0¹⁴ grazie al quale l'utente non è più solo spettatore passivo di informazioni diffuse, ma ha la possibilità (anche se spesso solo apparente) di interagire, partecipare, essere ascoltato, di creare egli stesso contenuti. «Il cittadino, cioè, dovrebbe poter avere un ruolo di costruzione nel discorso politico e rappresentare per i candidati e i politici non solo un'elettore, ma anche un interlocutore con cui confrontarsi». (*ivi.* p. 109) In altre parole in questo processo la rete non si limita a diffondere informazioni verticalmente, ma permette alle persone di porsi tra loro in un rapporto di comunicazione interattiva orizzontale che può oltretutto «trasmettere agli attori il senso di non futilità della loro partecipazione. Se il voto individuale si perde infatti in un oceano di voti e non dà all'elettore alcuna certezza di vederlo tradurre in politiche, il clic su una tastiera sembra dare la certezza che qualcosa succeda, se non altro la reazione immediata di altri partecipanti alla comunicazione». (Urbinati, 2013, p.183).

Per questi motivi un leader politico che si muove all'interno di questo contesto, a differenza di quello dello spettacolo televisivo, «deve fare i conti con un pubblico diverso, non necessariamente omogeneo, non sempre composto da simpatizzanti e molto più attivo di quanto possa essere il pubblico della televisione: In tale situazione le promesse mirabolanti non rappresentano un valore aggiunto perché gli oppositori potrebbero facilmente porle in ridicolo e costruire delle strategie d'attacco» (De Blasio, 2012, p.158)

¹⁴ Espressione con cui si indicano le nuove modalità di accesso e partecipazione diffusa a Internet, che piattaforme semplificate consentono ad un pubblico molto ampio in maniera gratuita o quasi.

Nel web 2.0 sembrano dunque concretizzarsi delle nuove e diverse modalità di partecipazione politica spesso estremamente semplificate e caratterizzate da una minore intensità cioè da «una sorta di impegno “intermittente”, reso possibile dalla “connettività” non più vincolata alla presenza fisica e a tempi definiti» (*ibid.*) Sempre più spesso infatti la partecipazione politica via web è orientata alla contingenza di breve periodo e a singole e specifiche cause (*cause-oriented*). È cioè un tipo di partecipazione prevalentemente limitata nel tempo, che può attivarsi e disattivarsi in tempi brevi ed è altresì attuabile, diversamente dalla militanza all'interno delle tradizionali organizzazioni di partito, «senza doversi collocare all'interno di narrazioni che si snodano in una temporalità tridimensionale, per cui le idee prendono giustificazione dal passato per ciò che interpretano del presente e propongono per il futuro». (Urbinati, 2013, p. 177) Una partecipazione che, in alcune sue forme dunque, pare, sempre più assoggettata alla dittatura del tempo presente: ad «una cascata di attimi o opinioni, di sollecitazioni che agiscono nel presente e non conservano memoria o la conservano per un tempo che è quello del passato prossimo» (*ibid.*) e per questo debole ad orientare ed organizzare canali partecipativi intorno a progetti di lungo periodo. Ma al tempo stesso convivono forme più complesse e strutturate come testimoniano alcune iniziative promosse sul territorio¹⁵ da organizzazioni del mondo del volontariato, o «finanche per la delineazione di strategie organizzative» (*Ibidem*).

Ma uno degli effetti più dirompenti provocati dalla rivoluzione di internet sta nella rottura di un legame che era, storicamente, apparso inscindibile e cioè quello tra partecipazione politica e necessaria presenza fisica. Fino a poco tempo fa infatti «l'impossibilità di annullare la distanza fisica (di portare tutti i cittadini nell'assemblea) è stata affrontata con l'espedito della presenza differita, cioè con la rappresentanza» (Urbinati, 2013, p.174) oggi al contrario «l'impegno sociale -grazie ai media- è stato liberato dalla necessità della compresenza: in pratica la messa in comune delle individualità, l'azione so-

Si pensi per esempio al sito *fake* del ministero dell'Istruzione e alla campagna “Anna Adamolo” promossa dal movimento studentesco nel 2008 per protestare contro l'approvazione della riforma del sistema scolastico e universitario.

ziale e la partecipazione politica non sono più connesse alla condivisione di uno spazio fisico». (Sorice, 2011, p. 96)

A subire una crisi profonda con la rivoluzione imposta dal digitale non sono dunque solo i partiti e, conseguentemente, l'istituto stesso della rappresentanza, ma più in generale tutte le forme che, tradizionalmente, la mediazione ha assunto, compresi dunque i media tradizionali.

Il web permette infatti di «saltare un altro gradino intermedio, quello tra cittadino e fatti» (Urbinati 2013, p.183) consentendo all'utente di essere al tempo stesso "creatore" di contenuti da diffondere in rete e consumatore, scavalcando in questo modo la tradizionale funzione di mediazione storicamente esercitata dei media generalisti. E questo avviene tanto per quel che riguarda la carta stampata quanto per il sistema di informazione televisivo¹⁶, «sempre più spesso assimilati a quella "sfera pubblica ufficiale" a cui il nuovo protagonismo cerca di sottrarsi. Non è un caso che gli italiani ritengano internet più credibile di ogni altro mezzo di informazione e lo utilizzino come fonte primaria di conoscenza della politica¹⁷» (De Blasio, 2012, p. 140) con tutti i rischi di attendibilità e assenza di verifiche delle informazioni che questo comporta.

¹⁶ In questi due casi, molto spesso la cura si è rivelata peggiore del male. All'arrivo della crisi infatti, molte testate giornalistiche hanno provveduto tagliando alcuni dei settori più qualificati (e conseguentemente più costosi) delle loro redazioni quali il giornalismo d'inchiesta e molte corrispondenze dall'estero, tagliando cioè sulle maggiori qualità dei prodotti che proponevano ai lettori. Dall'altra parte la televisione con lo sviluppo dei generi di *infotainment* «con la manifesta strategia di conferire *appeal* alle notizie fa registrare l'abbandono dell'immagine della TV come testimone della realtà [...] la rappresentazione televisiva mette in corto circuito l'asse realtà-verità tradendo definitivamente l'idea del racconto giornalistico come ricostruzione oggettiva di un fatto» (Mazzoleni, cit in Sorice, 2011, p.102)

¹⁷ Fonte: Indagine Censis, 2011 cit. in De Blasio, 2012, p. 140

2.4 Mass media e legittimazione della leadership

Sarebbe tuttavia fuorviante, se non addirittura erroneo, considerare la distinzione tra vecchi e nuovi media come una cesura netta di due parti di un'intero in contrapposizione tra loro, caratterizzate cioè da un rapporto di proporzionalità inversa in base al quale al crescere del ruolo dei cosiddetti nuovi media (la rete) conseguirebbe una decrescita di importanza dei cosiddetti vecchi (la televisione, la radio, i giornali). Al contrario, quello nel quale viviamo è uno stato di cose nel quale è sempre più chiara ed evidente l'affermazione di una profonda convergenza mediale. Televisione e social-media si influenzano a vicenda e sino al punto che «lo stesso contenuto discorsivo dei social-network (e di twitter in particolare) è spesso la televisione stessa». (Scaglioni, in *Italianieuropei* n. 2/2014)

Si tratta cioè di un contesto di reciproca contaminazione nel quale tuttavia, almeno per ora, la televisione mantiene uno status privilegiato in quanto «luogo di confluenza e autorappresentazione rituale della società [...] la televisione cioè conserva la sua centralità nel sistema dei media soprattutto per la sua funzione culturale, ovvero perché è il terreno condiviso sul quale si costruiscono, gramscianamente, forme di egemonia». (*ibid.*) È infatti «soprattutto la televisione a raccontarci il “significato della politica”, nel senso che gli eventi sono rielaborati all'interno di schemi narrativi e presentati sotto forma di storie». (Campus, 2008, p. 85) Solo con uno sguardo d'insieme, che rifiuti cioè un'interpretazione deterministica dei nuovi media è possibile, ad esempio, comprendere il successo mediatico ottenuto da Beppe Grillo e dal “*MoVimento 5 Stelle*” durante la campagna elettorale per le elezioni politiche del 2013. Un successo ottenuto oltre che con una efficace ed ideologica rappresentazione della rete come strumento palingenetico della democrazia italiana, anche e soprattutto grazie ad un forte e ripetitiva narrazione televisiva dei comizi tenuti durante lo “*Tsunami tour*”.

Se è impossibile stabilire o misurare con certezza quali siano gli effetti dei media in ambito politico, nell'influenzare le scelte di voto dell'elettore o nel legittimare/delegittimare una leadership politica, è pacifico tuttavia affermare che il ruolo da loro esercitato non può essere considerato come una variabile trascurabile. Se in alcuni casi «la propaganda mediale si limita a rafforzare le opinioni esistenti, in altri essa ha la capacità di modificare le preferenze elettorali e di formarne di nuove». (Campus, 2000, p.106) L'incidenza di tali effetti varia probabilmente con il grado di indecisione degli elettori. L'influenza esercitata dai media pare dunque, strettamente connessa al grado di appartenenza ad un partito/candidato espressa dall'elettore: «un elettore partigiano può offrire maggiore resistenza di fronte alla presentazione negativa dell'operato del governo amico così come può essere più sensibile di fronte alla trattazione di temi che favoriscono o sfavoriscono la sua parte politica» (Campus, 2008, p. 87).

In altre parole un'elettore con un forte sentimento di appartenenza ad uno schieramento politico, o con una fede granitica nei confronti di un leader politico, opporrà una resistenza maggiore a messaggi diffusi dai media che si pongono in contrasto con le proprie convinzioni, e cercherà al contrario nel sistema dei media informazioni che confermino e rafforzino le proprie argomentazioni escludendo in maniera selettiva quelle in contrasto. Tuttavia, visto e considerato l'assottigliamento dei cosiddetti elettori di appartenenza, cioè di quei cittadini che si identificano in un partito politico o in uno schieramento attraverso scelte di lungo periodo ed il conseguente aumento di scelte elettorali basate su contingenze di opinione di breve periodo, il ruolo esercitato dai media è oggi senza dubbio più rilevante che in passato.

Nella «*democrazia del pubblico*» dunque, i «comportamenti politici dei cittadini diventano, così, sempre più indeterminati ed indeterminabili e per questo più esposti all'influenza di fattori prossimi alla decisione di voto quali le caratteristiche della campagna elettorale, giudizi sul leader, esposizione ai mezzi di comunicazione di massa, avvenimenti congiunturali, questioni salienti sul tappeto e così via». (Raniolo, 2008, p. 188)

Capitolo III

Il Partito Politico nell'età del pubblico.

3.1 Dalla democrazia dei partiti alla democrazia del pubblico.

Con i mass media che consentono ai leader politici di entrare in diretto contatto con le masse ed il parallelo (e sempre maggiore) utilizzo da parte di questi ultimi dei sondaggi di opinione come strumento per conoscerne le priorità, viene, da una parte progressivamente ad indebolirsi la funzione ed il valore aggiunto di una pesante e strutturata macchina di partito presente su tutto il territorio nazionale ed in grado di mobilitare e integrare grandi masse di elettori all'interno del sistema politico; dall'altra si rafforza conseguentemente un «potere di ristrette oligarchie su di un popolo scomposto e atomizzato» (Sartori, cit. in Prospero p. 143) e via via privato delle sue strutture organizzative tradizionali della rappresentanza.

Il partito di integrazione di massa, che aveva caratterizzato la prima fase repubblicana si stava cioè trasformando, e andava progressivamente ad abbandonare «i tentativi di formazione intellettuale e morale delle masse, e si spostava sempre più chiaramente verso la ribalta elettorale, rinunciando così ad agire in profondità e preferendo un più vasto e immediato successo elettorale». (Kirchheimer, cit. in della Porta, 2009, p.87) In altre parole ad assumere un peso sempre più importante nell'attività del partito politico era il momento elettorale ed intorno ad esso si concentravano gli sforzi maggiori (anche e soprattutto economici) in un rapporto di proporzionalità inversa con le funzioni educative e di integrazione delle masse che il partito aveva sino ad allora storicamente esercitato all'interno della società.

I partiti tendono cioè sempre più verso una deformazione elettoralistica e, in questa deformazione, ad assumere un ruolo via via maggiormente rilevante rispetto agli apparati burocratici e gerarchizzati del partito, sono soprattutto gli eletti che, forti di un rapporto diretto con il corpo elettorale, ve ne traggono una legittimazione che è, spesso, indipendente dal partito stesso. A questo fa seguito un ruolo degli attivisti e dei militanti sempre più indirizzato alla contesa elettorale e conseguentemente ridimensionato nella funzione di scelta dell'indirizzo politico. I partiti hanno cioè «progressivamente mutato l'equilibrio tra le loro diverse funzioni, diventando, sempre più organizzazioni *stato-centriche*, orientate al momento elettorale e strumentali all'azione dei loro leader». (Bordignon, 2014, p.43) In altre parole se da una parte si rafforza il “*party in public office*” dall'altra si indebolisce come inevitabile conseguenza il “*party on the ground*”.

Seguendo la fortunata periodizzazione proposta da Bernard Manin (1997) alla «democrazia dei partiti» che si caratterizzava per un «governo dell'attivista e del burocrate di partito» farebbe seguito, con una cesura netta rispetto al passato, una «*democrazia del pubblico*» nella quale ad assumere un ruolo centrale di governo è «*l'esperto dei media*». (*Ibidem*) E questo può avvenire anche e soprattutto grazie al fatto che «i cambiamenti prodotti dalla democrazia dei partiti sono forse stati meno profondi di quanto si supponesse». (*ivi*, p. 230)

In altre parole la tesi di Manin altro non è che «la diagnosi del declino della democrazia del partito politico e della conseguente crescita della democrazia del pubblico, nella quale la fiducia nel leader e l'accettazione di una crescente richiesta di potere discrezionale da parte dell'esecutivo si incontra con un mutamento nell'organizzazione della democrazia elettorale che è ora gestita non più da partiti di leader e di militanti, ma da gruppi di esperti della comunicazione e di candidati alla carriera politica». (Urbinati, 2013, p. 165)

Appare tuttavia affrettata, se non erronea, la tesi di un possibile completo superamento del partito politico, sostituito *tout court* dal «governo dell'esperto

dei media» e dalla «fiducia personale nei confronti di leader carismatici» (Manin, 1997, p.244) in un contesto dove la politica è esclusivo appannaggio dei leader. A ben vedere infatti benché indebolite e disperse «le *loyalties* partitiche non scompaiono d'incanto. Le incrostazioni territoriali delle culture politiche, i legami interpersonali e di gruppo, il peso delle memorie e delle tendenze condivise» (Prospero, 2012, p.145) sono fenomeni che in una certa misura permangono tutt'oggi, benché fortemente ridimensionati rispetto al passato, come caratteristiche delle scelte elettorali. Secondariamente ad essere sottovalutato nell'analisi proposta da Manin è il ruolo di *filtro* esercitato dal contesto istituzionale. Infatti «nelle democrazie contemporanee nessun sistema è strutturato per favorire la tendenza della personalizzazione al punto da trasformarla in regime politico» (Fabbrini, 1999, p.163)

Più che di ridimensionamento dei partiti o addirittura una loro prematura scomparsa ciò che è avvenuto e sta avvenendo al loro interno è una profonda ridefinizione funzionale. I partiti cioè non hanno perso il loro ruolo, lo hanno in alcuni casi mantenuto e talvolta addirittura rafforzato (come all'interno dei parlamenti e nei processi di selezione dei candidati) e in altri mutato profondamente (nel loro rapporto con la società, ad esempio).

Ancora oggi infatti, soprattutto in ambito parlamentare, «il ruolo dei partiti rimane tutt'altro che secondario rispetto all'azione dei propri leader: essi mantengono infatti il potere, non trascurabile, di defenestrare il proprio stesso primo ministro. Il sostegno del partito e, soprattutto la possibilità/capacità di controllarlo diventano requisiti fondamentali per ogni primo ministro». (Bordignon, 2014, p.45)

I partiti si sono, in breve, largamente riadattati alle circostanze imposte dalla «*democrazia del pubblico*» e nel farlo si sono sempre più arroccati nella macchia dello stato in un processo di costruzione e rafforzamento di quello che Katz e Mair (1995) hanno definito come «*cartel party*». I partiti dunque, da una parte vedono sempre più indebolita la funzione di raccordo tra stato e società, ma dall'altra si afferma il loro peso di strutture stato-centriche che dallo

stato derivano le risorse (materiali e simboliche) indispensabili per la loro sopravvivenza. Macchine semi-pubbliche le quali, per di più, dipendono sempre meno dall'esito elettorale, ma al contrario via via cristallizzano un "cartello" tra le principali formazioni politiche. In altre parole si «passa da *partiti del governo*, che dominano grazie alla disciplina parlamentare a partiti *nel governo* che si limitano a condizionare le politiche, le nomine». (Fabbrini, 1999, p 234)

Nel caso italiano questa evoluzione ha assunto prevalentemente due tipologie di struttura organizzativa: da una parte con l'esperienza di Silvio Berlusconi e di Forza Italia dall'intreccio di potere economico e controllo dei media si afferma il *partito personale*; dall'altra parte passando per un decennio di transizioni e metamorfosi -oltre che di subalternità allo stesso *partito personale*- conclusosi con la fusione a freddo degli eredi delle due grandi tradizioni del passato repubblicano, si afferma una formazione politica, il Partito Democratico, che può essere definita come un «*partito liquido presidenzializzato*». (Prospero, 2012)

Se pur con modalità diverse rispetto al passato dunque, anche la «*democrazia del pubblico*» ha nel partito politico un'attore di primo piano e uno strumento indispensabile per il funzionamento della democrazia rappresentativa.

3.2 L'Italia dei partiti personali, dalla rappresentanza alla rappresentazione.

Il parziale vuoto lasciato dai tradizionali partiti di massa che avevano dominato la prima fase della democrazia repubblicana è stato colmato, nella «*democrazia del pubblico*» inaugurata da Berlusconi, anzitutto da quella nuova e peculiare forma organizzativa del partito che è il *partito personale* (Calise, 2010). Con partito personale si intende non già un partito caratteriz-

zato da fenomeni di personalizzazione «che sono fenomeni antichi e per certi versi congeniti alla competizione di massa», (Prospero, 2012, p. 113) ma bensì quel partito «creato da una persona sola in contrasto con il partito in senso proprio, che consiste per definizione in un'associazione di persone» (Bobbio, 2001). Il partito personale è dunque «cosa ben diversa dal fatto che i partiti hanno un leader o dei leader. Tutti i partiti infatti, come ha spiegato Michels, hanno un leader, basti pensare a Nenni nel Partito socialista, a Togliatti e poi a Berlinguer nel Partito comunista, a Ugo la Malfa nel partito Repubblicano». (Ibidem)

Persino il «*moderno principe*» ammetteva la presenza di un capo, ma la questione stava, come scriveva Gramsci, rielaborando in un'articolo apparso su "l'ordine Nuovo" la riflessione marxista di bonapartismo, «nella natura del rapporto che il capo o i capi hanno col partito della classe operaia». In altre parole per Gramsci la presenza di un capo era «accettabile -come nel caso del compagno Lenin- perché espressione di una lunga selezione che si intreccia allo sviluppo della storia». (Gramsci, 1924) Era cioè necessario, affinché tale presenza non fosse di tipo reazionario, che essa fosse completamente funzionale e subordinata al progetto di trasformazione della realtà.

La caratteristica principale che la leadership esercitata dal leader-fondatore viene ad assumere nel *partito personale* sta nel fatto che essa non agisce più in un contesto plurale di élite dirigenti interne al partito, ma vi si sovrappone in un rapporto di tipo padronale impedendone, il più delle volte, la stessa esistenza.

Quello che si afferma con le elezioni politiche del 1994 è dunque, «un nuovo modello di partito, il *partito personale*¹⁸ (Calise 2010) la cui struttura è plasmata attorno al proprio leader, le cui fortune, la cui identità, la cui stessa esisten-

¹⁸ Possono essere ricondotte a cinque le principali caratteristiche del partito personale «a) Il partito nasce per iniziativa del leader; b) la sua stessa sopravvivenza appare intrinsecamente connessa alla sopravvivenza (politica) del fondatore; c) l'immagine del leader e del partito, agli occhi degli elettori (quindi nella rappresentazione che il partito dà di se stesso) tendono a coincidere; d) c'è un controllo pressoché totale da parte del leader sulla macchina del partito; e) in alcuni casi può verificarsi una relazione di tipo "proprietario"». (Bordignon, 2014, p.145)

za appaiono inestricabilmente legate a quelle del proprio fondatore». (Bordignon, 2014, p. 1) «Personalizzato è quindi, un partito che tende a concentrare la sua guida nelle mani di una sola persona. Al punto da poter determinare una sostanziale coincidenza tra il leader e il partito» (ivi, p. 6) e che è dunque al tempo stesso «rassegnato a seguire il destino privato del capo e a sottomettersi all'imprevedibilità delle sue scelte contingenti». (Prospero, 2012, p. 121) In altre parole il partito che si sviluppa entro queste caratteristiche è inevitabilmente costretto a confondersi e seguire la parabola del destino del proprio leader e questo avviene anzitutto perché all'interno di un *partito personale* non vi può essere spazio né per il dissenso organizzato in correnti - considerato alla stregua del tradimento- né tantomeno per delle procedure volte a costruire e legittimare una classe dirigente che possa adempiere alla funzione di sostituire il leader una volta venuta meno l'efficacia nell'esercizio della sua funzione. Nel partito personale dunque «non è scalfibile il legame originario tra un capo che guida e un soggetto costruito a sua misura che da lui viene guidato». (ivi, p.122)

Al contrario risiede anzitutto e prevalentemente nel leader, la funzione di selezionare, a sua insindacabile discrezione, tanto i gruppi dirigenti quanto, soprattutto, i candidati da presentare nelle liste del proprio partito per le elezioni di maggior rilievo¹⁹ e lo fa per di più senza in nessun modo dover rispondere delle sue azioni dinnanzi ad alcun organo collegiale del partito. Quello che ne consegue è quindi un'organizzazione del tutto disomogenea sul territorio nazionale. Non disponendo infatti di un'apparato centrale legittimato a controllare e dirigere le dinamiche territoriali, queste sono spesso vittime di potentati locali del tutto privi di efficaci mediazioni tra centro e periferia. Al tempo stesso sul piano nazionale l'attribuzione delle cariche organizzative centrali cioè «l'ingresso nelle posizioni di governo del partito, la stessa nomina a segretario dipendono molto (soprattutto) dall'essere nelle grazie del capo e poco da un'agguerrita vita associativa interna con sbocchi riconosciuti nella definizione

¹⁹ Questo potere è aumentato considerevolmente con l'entrata in vigore della nuova legge elettorale Calderoli che, abolendo le preferenze, lascia alle segreterie di partito e, nel caso dei partiti personali, in ultima istanza al leader-proprietario la scelta di comporre le liste bloccate per le elezioni politiche.

delle coalizioni dominanti». (ivi, p.127) In altre parole la selezione dei gruppi dirigenti e la loro stessa attività politica interna ed esterna al partito restano appannaggio del leader-fondatore che ne dispone «come di un'apparato personale-patrimoniale». (Maraffi, cit in Prospeto, 2012, p. 128)

Si tratta quindi di una struttura organizzativa del partito che rivela il suo più grande limite nella «completa disarticolazione della macchina che la espone al rischio sempre incombente della deflagrazione improvvisa» un fenomeno che si aggrava ulteriormente dal momento che «il partito personale non dispone di strutture complesse in grado di conservare la stabilità e la presenza del movimento politico oltre le esigenze immediate del leader ed è quindi costretto a convivere con una incertezza permanente». (ivi. p.123) In altre parole «il partito personale, sorto attorno al carisma (e al denaro) del leader come fonte di leadership, non sfugge al dilemma di Weber: o dura e governando la successione e la formazione di un'apparato, si tramuta in una organizzazione con routine e procedure formali calcolabili, oppure regredisce in un organismo informe destinato all'eclisse per la frantumazione indotta da una irrisolta guerra di successione tra le orfane volontà di potenza». (Prospero, 2012, p.130)

3.3 Primarie, tra rigenerazione e superamento del Partito

Se in un primo momento dunque Forza Italia, e soprattutto Berlusconi, dettano le regole del confronto/scontro politico che si svolge sul terreno della *democrazia del pubblico* il restante scacchiere dei partiti politici è costretto ad inseguirlo. Si tratta cioè di un'inseguimento che per l'evidente disparità di risorse economiche e medialità a disposizione e complice l'elevata frammentazione politica dello schieramento si rivelerà a dir poco complesso e, se da una parte si tradurrà nella spasmodica ricerca di un leader in grado di reggere

il confronto (prevalentemente mediatico) con Berlusconi dall'altra avrà come esito principale, e forse in parte involontario, il completo snaturamento dei confini ideali ed il progressivo abbandono di ogni residuale forma di struttura di partito organizzata.

Al partito personale a legittimazione esterna (azienda) «si contrappone il *partito liquido presidenzializzato* anch'esso a legittimazione esterna (primarie) [...] esso ripone un'enfasi straordinaria nel mito della partecipazione palesando tuttavia deboli capacità di strutturazione organizzativa». (Prospero, 2012, p. 130) In un caso quindi (il *partito personale*) è la disponibilità di media e denaro a legittimare la leadership. «In un altro (il *partito liquido presidenzializzato*), il dono carismatico viene rinvenuto nell'invenzione delle primarie come occasione per il conferimento della pienezza della leadership» (*ibid.*) Ad accomunare i due processi di legittimazione della leadership politica dunque, sta il fatto che entrambi la ricercano e la derivano in un fattore esterno alla struttura del partito. Tanto il *partito personale*, quanto il *partito liquido presidenzializzato* rifiutano cioè una legittimazione della leadership derivante dalle procedure interne (congressi), ma al contrario la ricercano e la strutturano in un'altro che è esterno. Nel primo caso nella biografia del leader-fondatore, nella fatica dell'essersi fatto da solo, «nell'essere un'imprenditore di successo prestato alla politica» con la missione di salvare «l'azienda Italia». Nel secondo caso in uno strumento iper-democratico che si struttura nelle forme classiche di un plebiscito sul leader.

Tuttavia tra queste due modalità vi è una importante e sostanziale divergenza che le rende non sovrapponibili, e questa sta nella contendibilità della leadership. Se nel primo caso ogni tentativo di sostituirsi al capo è, nei fatti, paragonabile al tradimento e per questo motivo è allontanato dal partito²⁰, al contrario nel caso del *partito presidenzializzato*, come la giovane storia del Partito

²⁰ Si veda, ad esempio il caso dell'espulsione dell'ex segretario di Alleanza Nazionale, Gianfranco Fini, espulso proprio per questi motivi dal Popolo della Libertà.

Democratico²¹ sembrerebbe dimostrare, la leadership generale può essere contesa. Come contendibili, sempre attraverso primarie aperte, sono le candidature a sindaco, presidente di provincia e di regione in un processo che ha così favorito fortemente fenomeni, già presenti, di *presidenzializzazione* delle cariche monocratiche a livello territoriale incrementando cioè ancora di più l'autonomia degli eletti rispetto al partito. Infatti, se precedentemente spettava al partito il processo di selezione del candidato, con l'introduzione del meccanismo delle primarie questa selezione è lasciata ad un referendum plebiscitario sul candidato.

Si tratta dunque di un partito che, sempre più indebolito nelle strutture organizzative centrali e territoriali, delega al proprio esterno la funzione di selezionare tanto la propria leadership nazionale (il segretario del partito e candidato presidente del consiglio²²) quanto parte dei gruppi dirigenti territoriali²³ ed aspiranti candidati alle cariche pubbliche²⁴ confondendo in questo processo di selezione e legittimazione l'elettore con il militante, svilendo conseguentemente il ruolo di quest'ultimo all'interno del partito.

I prodromi di questa scelta, che si concretizzerà per la prima volta nel 2006 con le primarie di coalizione che sanciranno Romano Prodi leader della coalizione del centro sinistra, possono già ritrovarsi «nell'innovazione statutaria con cui il PDS²⁵ introduceva l'elezione del segretario da parte degli iscritti nei

²¹ L'articolo 8 dello statuto del PD descrive un profilo di partito meramente elettorale a istituzionalizzazione fragile allorché confonde iscritti ed elettori (non compare il termine congresso) e conferisce il voto a tutti coloro che accettino di essere registrati in un (tutt'oggi inesistente) albo pubblico degli elettori. (Prospero, 2012, p.133)

²² Emerge in tal senso l'evidente forzatura del dettato costituzionale che non prevede in alcun modo la possibilità di "votare" o "scegliere anticipatamente" il candidato alla presidenza del consiglio in quanto questa è prerogativa esclusiva del Presidente della Repubblica.

²³ Sono infatti eletti attraverso primarie aperte anche i Segretari Regionali del partito democratico.

²⁴ Sino all'estremo delle primarie tenute per la composizione della lista del partito democratico nel comune di Imola alle elezioni amministrative del 2013.

²⁵ Partito Democratico della Sinistra nato in seguito alla svolta della Bolognina che sancì la fine del Partito Comunista Italiano.

congressi territoriali, una decisione interpretabile come un tentativo fallito di conciliare il rafforzamento della leadership con la persistenza di confini organizzativi non valicabili». (Prospero, 2012, p 130)

La primarie inoltre rappresentano uno strumento che si adatta perfettamente al contesto dello spettacolo politico permettendo di adempiere a due principali funzioni. Da una parte infatti generano un'evento mediatico ad altissima visibilità facilmente drammatizzabile dai media in quanto riconducibile alla logica, estremamente semplificata, dello scontro interno tra aspiranti leader del partito (o della coalizione); dall'altra consente al vincitore di godere di una legittimazione diretta da parte dell'elettorato che gli permette di esercitare la propria leadership politica scavalcando le strutture intermedie di mediazione poste dal suo stesso partito (o dalla propria coalizione).

Con il ricorso alle primarie «il partito presidenzializzato ricerca una legittimazione esterna e riconduce il supremo meccanismo di comando al tocco proveniente dall'opinione pubblica volatile. Il leader si presume non più rallentato dalla grigia organizzazione burocratica che pretende di sopravvivere con gruppi dirigenti e percorsi di carriere». (Prospero, 2012, p.134) Tuttavia in maniera non dissimile da quanto avviene nel *partito personale* anche in questo caso «il leader di un partito aperto e privo di filtri organizzativi controlla la nomina delle candidature in liste bloccate e si avvale di una élite politica reclutata secondo parametri di personale fedeltà» (*ivi* p. 133) in un contesto che «esalta la splendida velocità decisionale del leader capace di occupare la scena con piena autonomia in vista di un trionfo alle urne che aprirebbe le prospettive di colonizzazione di ampie funzioni pubbliche» (*ibid.*) che permetterebbero di sfamare le ghiotte «correnti opportunistiche che accentuano la competizione interna volta alla conquista di incarichi». (*ibid.*)

Conclusioni

Il partito necessario.

Appare dunque difficile, se non impossibile, immaginare un regime democratico-rappresentativo che sia in grado di sopravvivere facendo a meno dei partiti politici, facendo a meno cioè del loro ruolo di conciliare e condurre, in coerente proposta politica, le diverse parti affinché il tutto, ovvero l'interesse generale, possa giovarne. Pensare infatti che risieda nella scomparsa di solide strutture della rappresentanza, in grado di «organizzare la partecipazione, aggregare gli interessi, stabilire collegamenti tra forze sociali e governo» (Huntington, cit. in Prospero, 2012, p.200), la possibilità di una democrazia che esalta la libera intraprendenza del singolo cittadino liberata in tal senso da screditate "oligarchie di partiti", altro non è che il modo migliore per esporre la democrazia alla mercé di condizionamenti provenienti da altre e più preoccupanti oligarchie, che, per loro natura, restano nell'ombra e non sono sottoponibili ad alcun controllo democratico.

Il *partito necessario* si presenta dunque come un bene pubblico non negoziabile e necessario all'esistenza stessa, oltre che al buon funzionamento, della democrazia rappresentativa, in quanto rappresenta nei fatti «la democrazia che si organizza» e si presenta al tempo stesso come un'efficace argine a possibili derive antidemocratiche. Da una parte infatti evita il rischio della deriva plebiscitaria della leadership e dall'altra il tramutarsi del regime rappresentativo in una sorta di oligarchia elettiva che degrada, nel suo funzionamento, i cittadini al rango subalterno di spettatori passivi.

Il *partito necessario* è chiamato anzitutto ad una funzione educativa della cittadinanza, deve cioè strutturarsi come una palestra all'interno della quale il singolo cittadino possa sentirsi allo stesso tempo parte e tutto di un conflitto

politico pacificamente regolato che «nel suo essere parte contribuisce all'interesse generale». (Urbinati, 2014b)

Si configura dunque come un partito dotato di una struttura in grado di andare oltre la debolezza e la fragilità di un'architettura composta esclusivamente da eletti o potenziali candidati, di non essere cioè né un partito personale vincolato alla parabola personale-mediatica del proprio capo, né un partito costruito esclusivamente intorno ad un leader e funzionale alla distribuzione delle cariche pubbliche nel caso di un suo successo elettorale.

Non può quindi tradursi in una semplice struttura elettoralistica, che si configura come un comitato elettorale con l'unico scopo di convocare, a regolari scadenze, apparati privatistici ed esperti dei media al semplice fine di aumentare il consenso elettorale del partito a totale discapito di un progetto politico che sappia andare oltre alla sterile dittatura del presente. Ma al contrario è un luogo permanente di confronto e discussione, formazione ed elaborazione. Una libera associazione che non può dunque non essere partigiana e organizzatrice del conflitto, radicata territorialmente, aperta a chiunque «voglia sentirsi partecipe a pieno titolo di un progetto di governo del paese a partire dal luogo dove lavora» (Urbinati 2014b)

Il *partito necessario* è quel partito in grado di uscire anzitutto dalla visione della politica intesa come spettacolo, che cioè sia in grado di opporsi, nella propria progettazione e azione concreta, a quella visione che considera i cittadini come platea passiva dello spettacolo politico, ma che al contrario sappia coinvolgerli considerandoli parte attiva e continuativa di un progetto di lungo periodo di governo del paese. Rifiutando dunque una cieca promozione del mito della trasparenza ed una semplificazione esasperata dei fenomeni, ma cercando con faticosi sforzi di rendere comprensibile la complessità dei processi che avvengono dietro le quinte.

In altre parole un partito che rifiuti l'interpretazione della politica come regno della contingenza, un flusso intermittente di attimi tra loro sconnessi e che si

riappropri quindi dell'ambizione di guidare i processi e non esserne guidato. Che fuga cioè una sempre più sterile dittatura del tempo presente e sappia abbracciare l'ambizione dei «*pensieri lunghi*».

Questo non vuole significare un rifiuto della leadership *tout court* che è anzi necessaria, oggi più di ieri, in quanto straordinario elemento comunicativo-semplificativo dei processi politici. Infatti se è vero che «la centralità acquisita dal leader nei processi elettorali e governativi non pare reversibile. Il leader è arrivato fin qui per rimanerci» (Fabbrini, 2011, p. 179) una democrazia ha bisogno necessariamente di leader che sappiano come diceva Weber «mettere le mani negli ingranaggi della storia». Ma è *necessario* un partito che supporti il leader e ne rifiuti l'investitura quale esclusiva conseguenza di un plebiscito elettorale per sua natura estemporaneo e pericolosamente esposto al potere economico, subordinandone l'esercizio della leadership alla presenza di un élite dirigente nel senso nobile del termine. Non dunque ristrette oligarchie di fedeli e inamovibili seguaci, ma bensì voci critiche che siano in grado per l'autorevolezza che ne deriva dal ruolo ricoperto, attraverso il pacifico conflitto delle opinioni, di migliorare mediante la discussione i contenuti e i programmi. Un *partito* che sia in grado in altre parole, di preservare e rendere fattibile l'eguale diritto di ciascun cittadino di poter partecipare attivamente alla vita politica del paese, quella *isegoria* che gli ateniesi conservavano con cura e consideravano quale componente essenziale alla vita stessa della democrazia.

Perché questo sia possibile il diritto alla partecipazione dei singoli non può e non deve essere condizionato da alcun impedimento di sorta quale ad esempio una maggiore o minore disponibilità economica. La «*democrazia del pubblico*» se non opportunamente regolata, impone infatti costi economici elevati per coloro che desiderano intraprendere le campagne elettorali che risultano spesso proibitive per larghe fasce della popolazione. Una simile degenerazione apre infatti alla possibilità che si creino forme di degrado della democrazia per le quali, nella migliore delle ipotesi, si otterrà una rappresentanza sempre più condizionata dalle disponibilità economiche dei rappresen-

tanti, nella peggiore, di dipendenza dei rappresentanti dalle disponibilità economiche di terzi.

In conclusione, diversamente da quanto si possa pensare, il tramonto della «*democrazia dei partiti*» e l'avvento e lo sviluppo della «*democrazia del pubblico*» non rappresenta la «*fine della storia*» per la forma partito. Pur nelle profonde transizioni precedentemente descritte, non è infatti venuto meno il senso originario del valore dell'organizzazione politica, ovvero quello di dar voce e proteggere i rappresentati dal giogo della tirannia di un potere arbitrario potenzialmente esercitabile dai rappresentanti. Tale rischio non è venuto meno con il superamento di una forma partito, né con lo sviluppo delle moderne tecnologie informatiche che permettono all'essere umano di comunicare istantaneamente, né con la diffusione di nuovi e sorprendenti mezzi di comunicazione di massa. Il rischio dell'abuso del potere, del suo arbitrario esercizio volto a perseguire o favorire l'interesse particolare è infatti insito nel potere stesso.

Riferimenti Bibliografici

- **Berlinguer Enrico** (2012), in *La consapevolezza del futuro, intervista sul 1984* a cura di *Ferdinando Adornato*, Reggio Calabria, Aliberti Editore.
- **Bobbio Norberto**
 - **ID.** (1976), *Quale Socialismo*, Einaudi, Torino.
 - **ID.** (2001), *Dialogo intorno alla Repubblica*, Roma-Bari Laterza.
- **Bonfiglio Salvatore** (2013), *I partiti e la democrazia*, Bologna, Il Mulino.
- **Bordignon Fabio** (2013), *Il partito del capo, da Berlusconi a Renzi*, Sant'arcangelo di Romagna, Maggioli Editore.
- **Calise Mauro**
 - **ID.** (2010), *Il partito personale*, Bari, Laterza.
 - **ID.** (2013), *Fuorigioco, la sinistra contro i suoi leader*, Roma-Bari, Laterza.
- **Campus Donatella** (2008), *La comunicazione politica*, Roma-Bari, Laterza.
- **Dahl Robert A.** (1998), *Sulla Democrazia*, Roma-Bari, Laterza.
- **Dahrendorf** (2001), *Dopo la democrazia*, Roma-Bari, Laterza.
- **Dalla Porta Donatella** (2001), *I partiti Politici*, Bologna, Il Mulino.
- **De Blasio, Hibberd, Higgins, Sorice** (2012), *La leadership politica. Media e costruzione del consenso*, Roma, Carocci.
- **Fabbrini Sergio**
 - **ID.** (1999), *il principe democratico. La leadership nelle democrazie contemporanee* Bari, Laterza.
 - **ID.** (2011a), *Addomesticare il principe. Perché i leader contano e come controllarli* Venezia, Marsilio Editori.
 - **ID.** (2011b), *Governare l'Italia: il rafforzamento dell'esecutivo tra pressioni e resistenze*, in Fabbrini, Lippolis, Salerno Editori.
- **Gramsci Antonio**
 - **ID.** (1924), *Sulla morte del compagno Lenin* in *L'ordine Nuovo*.
 - **ID.** (1948), *Quaderni dal carcere*, Torino, Einaudi
 - **ID.** (2009), *Quaderno XIII, Notarelle sul Machiavelli*, Donzelli editore.

- **Katz & Mair** (1995), *The emergence of cartel party*, London, Sage publication
- **Manin Bernard** (2013), *Principi del governo rappresentativo*, Bologna, il Mulino.
- **Mazzoleni Gianpietro** (2012), *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino
- **Morlino Leonardo** (2013), a cura di, *La qualità della democrazia in Italia*, Bologna, il Mulino.
- **Nye Joseph S.** (2008), *Leadership e potere*, Roma-Bari, Laterza.
- **Prospero Michele**
- **ID.** (2012), *Il partito politico*, Roma, Carocci.
- **ID.** (2013), *Il libro nero della società civile*, Roma, Editori Int. Riuniti.
- **Raniolo Francesco**
- **ID.** (2007), *La partecipazione politica*, Bologna, Il Mulino.
- **ID.** (2013), *I partiti politici*, Roma-Bari, Laterza.
- **Revelli** (2013), *Finale di partito*, Einaudi, Torino.
- **Sorice Michele**
- **ID.** (2014), *Web e politica un gioco in difesa*, in *Italianieuropei* n° 2/2014, Roma.
- **ID.** (2009), *Sociologia dei mass media*, Roma, Carocci.
- **ID.** (2011), *La comunicazione politica*, Roma, Carocci.
- **Thompson** (1995), *The media and modernity*, Cambridge, Polity Press.
- **Urbinati Nadia**
- **ID.** (2013), *Democrazia in diretta*, Feltrinelli, Milano
- **ID.** (2014a), *Democrazia sfigurata*, Università Bocconi Editore, Milano
- **ID.** (2014b), *Da iscritti a contribuenti*. in *Italianieuropei* n° 3/2014, Roma.