

Dipartimento di Scienze Politiche

Cattedra di Teoria e storia dei movimenti e dei partiti politici

**Metamorfosi della propaganda politica e delle strategie comunicative dalla “prima” alla
“seconda repubblica”.**

Due casi studio: la Democrazia Cristiana e Forza Italia

Relatore

Prof.ssa Vera Capperucci

Candidato

Carmela Marrix

Matricola 085582

Anno accademico 2019/2020

INDICE

Introduzione.....	5
1. Strategie comunicative e propagandistiche della Democrazia Cristiana. Dalla morte di Aldo Moro alla crisi del sistema (1978- 1989).....	7
<i>1.1 Il contesto storico e l'inizio della laicizzazione dell'elettorato democristiano</i>	
<i>1.2 Strumenti mediatici e comunicazione politica negli anni Ottanta: il ruolo della televisione</i>	
<i>1.3 Le campagne elettorali del 1983 e del 1987</i>	
2. La transizione dalla “prima” alla “seconda repubblica” (1990- 1993).....	26
<i>2.1 La difficile leaderizzazione della Democrazia Cristiana</i>	
<i>2.2 Il contesto storico degli anni di transizione</i>	
<i>2.3 La legge Mammì e la diffusione del pluralismo visivo e sonoro privato su scala nazionale</i>	

3. La “discesa in campo” di Silvio Berlusconi e la nascita di Forza Italia	
Strumenti propagandistici e rivoluzione	
comunicativa.....	42
<i>3.1 La “purezza” della figura di un self made man</i>	
<i>3.2 Il lessico politico di Silvio Berlusconi</i>	
<i>3.3 Gli strumenti comunicativi della campagna elettorale del 1994</i>	
Conclusioni.....	56
Bibliografia.....	57
Sitografia.....	63
Abstract.....	64

INTRODUZIONE

Il seguente elaborato si propone di mettere in evidenza la metamorfosi della propaganda politica dalla “prima” alla “seconda repubblica”, attraverso l’analisi di due partiti emblematici: la Democrazia Cristiana e Forza Italia. In particolare, viene proposta una panoramica dell’Italia repubblicana a partire dal 1979, anno in cui perse la vita il leader democristiano Aldo Moro, fino ad arrivare alle elezioni del 1994. L’excursus storico viene ripreso al fine di evidenziare le difformità dei metodi propagandistici utilizzati per la raccolta del consenso dalla DC e da FI.

Nel primo capitolo, sono stati analizzati i fenomeni sociali, politici e storici che, dalla fine degli anni Settanta, hanno portato ad una laicizzazione di parte dell’elettorato che aveva assicurato alla Democrazia Cristiana stabilità in Parlamento. L’importante ruolo che svolse il “piccolo schermo” in quegli anni è riscontrabile anche in campo politico: il largo impiego che ne venne fatto durante le campagne elettorali, rese possibile una più ampia diffusione dei programmi di partito, che raggiunsero gli elettori direttamente nelle loro case. Successivamente sono stati esaminati i mezzi di cui si avvalse il partito democristiano durante le campagne elettorali del 1983 e del 1987.

Nel secondo capitolo, lo studio si è soffermato sugli anni di transizione dalla “prima” alla “seconda repubblica”. Il fine è mettere in evidenza i fenomeni storico-politici che hanno definitivamente demolito la vecchia partitocrazia, tenendo sempre presente lo scopo principale dell’elaborato, ossia evidenziare le differenze comunicative che hanno contraddistinto i tre archi cronologici individuati. Nei primi anni Novanta, la stabilità della DC venne messa in discussione dalla fuoriuscita di diverse figure portatrici di istanze diverse, pur convivendo all’interno dello stesso partito. Le divergenze ideologiche e le forti personalità di Giulio Andreotti e Ciriaco De Mita non resero possibile che, all’interno della Democrazia Cristiana, avvenisse il fenomeno della personalizzazione della politica tipico degli anni Ottanta. Viene poi proposta una

valutazione dei fenomeni che videro l'intera classe dirigente coinvolta nella maxi-inchiesta condotta dai magistrati milanesi del pool di "Mani pulite". In questa prospettiva, particolare attenzione è stata rivolta alla legge 6 agosto 1990, n. 223, meglio nota come "Legge Mammi", che ha messo fine al monopolio televisivo della Rai, permettendo lo sviluppo su scala nazionale di emittenti private.

Nel terzo ed ultimo capitolo è stato preso in esame il modello propagandistico innovativo introdotto da Silvio Berlusconi con Forza Italia. Il 26 gennaio 1994, annunciando la sua "discesa in campo", grazie alle ingenti risorse economiche e televisive di cui si avvalse, Berlusconi inaugurò un modello comunicativo sconosciuto fino a quel momento storico in Italia.

CAPITOLO PRIMO

STRATEGIE COMUNICATIVE E PROPAGANDISTICHE DELLA DEMOCRAZIA CRISTIANA DALLA MORTE DI ALDO MORO ALLA CRISI DEL SISTEMA (1978-1989)

1.1 Il contesto storico e l'inizio della laicizzazione dell'elettorato democristiano

All'interno dello scenario politico dell'Italia repubblicana, il rapimento di Aldo Moro da parte delle Brigate rosse e la sua conseguente uccisione nel 1978 rappresenta un evento storico cardine, tanto da essere definito da Pietro Craveri come la «fine virtuale della prima Repubblica»¹. Per comprendere le ragioni che hanno portato al rapimento

¹ P. Craveri, *L'arte del non governo: L'inarrestabile declino della Repubblica italiana*, Marsilio, Venezia, 2016.

di Moro e alla nascita del compromesso storico, è necessario un breve excursus su quelli che sono stati gli avvenimenti antecedenti al 1978.

Gli anni Sessanta furono un periodo ricco di insurrezioni giovanili di matrice borghese e di proteste sindacali sviluppatesi all'interno delle fabbriche. La questione operaia, che diede vita ai cosiddetti scioperi del "autunno caldo", esplose a causa della cattiva organizzazione del lavoro, di un salario retributivo scarso e infine per il mancato rinnovamento contrattuale. Questa situazione vide crescere l'importanza dei sindacati. Parallelamente l'insurrezione studentesca andò oltre le semplici occupazioni universitarie, fino ad arrivare nel decennio successivo, alla nascita di una cultura a sfavore delle istituzioni che si trasformerà nella messa in pratica di atti terroristici. Uno degli atti terroristici più noti si verificò il 12 dicembre del 1969, in Piazza Fontana presso la Banca dell'Agricoltura di Milano, questo episodio sancì l'inizio degli anni del terrorismo italiano. La precarietà della situazione spinse Aldo Moro ad intraprendere una nuova corrispondenza con il PCI e il Partito Socialista, parlando di "tempi nuovi" che necessitavano capacità di apertura con altre forze politiche, così iniziò un dialogo con i comunisti. In questo contesto si sviluppò la "strategia dell'attenzione" di Moro, che venne colta immediatamente da Enrico Berlinguer allora segretario del PCI². Malgrado l'apertura al dialogo tra DC e PCI, la ragione che innescò la crisi della democrazia dei partiti fu l'approvazione in Parlamento della legge sul divorzio ed il conseguenziale referendum.

Il 12 maggio del 1974 si tenne in Italia un referendum abrogativo nei confronti della disciplina contenuta nella Legge n. 898/1970, che introdusse l'istituto del divorzio. I risultati di questo referendum sancirono il passaggio dalla mobilitazione collettiva e della dimensione pubblica, alle scelte individuali e della dimensione privata³. La Chiesa per mobilitare la società italiana utilizzò gli stessi mezzi dell'aprile 1948: le parrocchie, la stampa diocesana, i movimenti e l'Azione cattolica⁴. Allo stesso tempo la Democrazia Cristiana era consapevole di dover tenere fuori dalla campagna elettorale gli argomenti religiosi: le motivazioni contro il divorzio avrebbero dovuto avere il più

² A. Giovagnoli, *La Repubblica degli Italiani 1946-2016*, Editori Laterza, Bari, 2016, pp. 70-80.

³ A.C. Jemolo, *Chiesa e Stato in Italia negli ultimi cento anni*, Einaudi, Torino, 1971, p. 153.

⁴ L. Bianchi, *Il divorzio dei cattolici, sconfitti due volte nel referendum*, "Europa", 12 maggio 2014.

possibile carattere civile. Contrapposta ai cattolici, vi era la Lega italiana per il divorzio presieduta da Loris Fortuna, composta da: comunisti, socialisti, radicali, repubblicani, e in minor numero i liberali e socialdemocratici, ed infine i “cattolici per il No”. Questi ultimi rappresentavano una parte di cattolici contrari all’abrogazione, con cui la Democrazia Cristiana doveva mantenere aperto il dialogo⁵. I sostenitori più combattivi del divorzio furono i radicali, contrari al Concordato e preoccupati dall’invadenza cattolica nella società italiana⁶. Fanfani, figura di spicco all’interno della DC, puntò al referendum sul divorzio convinto del fatto che una vittoria degli antidivorzisti si sarebbe tradotta in un successo del partito. La consultazione referendaria del 1974 fece evincere una grande frattura con la tradizione, traducendosi in 40,74% sì e 59,26% no, segno del fatto che la società italiana fosse molto più laica di quanto non si credesse e che si stava emancipando dai tradizionali dogmi cattolici. L’errore di valutazione commesso dalla Democrazia Cristiana, «palesa il ritardo del partito cattolico, che non riesce a capire la portata del cambiamento intervenuto nel paese nell’ultimo decennio»⁷. Dal punto di vista politico, l’esito del referendario portò ad una perdita della centralità democristiana che, appoggiando con tutte le sue forze il referendum abrogativo al fine di aumentare i risultati elettorali, smentisce di fatto la sua posizione “naturale” di perno di aggregazione nel polo di centro⁸. La pesante sconfitta di cui si fecero carico i democristiani sancì il passaggio dallo Stato cattolico alla nazione laica. La grande frattura tra il partito e il mondo cattolico, non si sarebbe ma più completamente riassorbita⁹. Il progresso industriale degli anni Settanta non ha esclusivamente portato al declino della società agreste e all’affermazione dell’era dei consumi, ma ha prodotto un cambio di mentalità, di valori e condotta. Il vento del cambiamento penetrò profondamente nel tessuto sociale italiano, deteriorando le subculture sulle quali si reggeva la forza della Chiesa e di conseguenza la forza politica della DC¹⁰. Le elezioni regionali del 1975, le prime alle quali poterono votare i diciottenni, sancirono uno

⁵ Ibidem.

⁶ S. Romano, *Libera Chiesa. Libero Stato? Il Vaticano e l’Italia da Pio IX a Benedetto XVI*, Longanesi & C., Milano, 2005, p. 59.

⁷ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, cit., p. 119.

⁸ P. Scoppola, *La repubblica dei partiti*, Il Mulino, 1998, p.389.

⁹ G. Marramao, *Politica e società secolarizzata*, in A. Giovagnoli, S. Pons (a cura di), *L’Italia repubblicana nella crisi degli anni Settanta*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2003, p. 18.

¹⁰ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 119-120.

spostamento a sinistra della preferenza elettorale, registrando +5,5% per il Partito Comunista rispetto alle elezioni regionali precedenti e -2,6% per la Democrazia Cristiana. Dinanzi a questo scenario i democristiani intervennero con un cambio di segreteria nominando Benigno Zaccagnini, un esponente della sinistra cattolica rimasto in secondo piano fino a quel momento, la sua segreteria si caratterizzò per il richiamo ai valori morali e ideali ed in particolare per l'espressa volontà di confronto con gli altri partiti politici diametralmente opposti dal punto di vista ideologico. All'interno del partito democristiano, Aldo Moro aveva sempre focalizzato la sua attenzione sull'importanza di rendere euritmico il rapporto tra la società e il sistema partitico, motivo per il quale si fece promotore della formula del centrosinistra. Questa formula politica si deteriorò rapidamente a causa della mancata volontà dei partiti che lo realizzarono di «imprimere la necessaria funzione ordinatrice dello Stato»¹¹. Moro colse i mutamenti della società italiana, riassumendoli con il passaggio da una formula a struttura «verticale», ad una a struttura «orizzontale» con la quale i partiti potessero relazionarsi, mediare e definire i reciproci rapporti¹². Sulla base di questa visione, l'unico mezzo per riconquistare un rapporto effettivo con la società italiana che stava cambiando, venne ritrovato in una prospettiva mediatrice che fosse in grado di coinvolgere tutte le forze politiche. Secondo Moro fu questa l'unica soluzione per mettere d'accordo le contrastanti questioni sociali e a rendere efficace, grazie ai partiti, la funzione ordinatrice dello Stato sui temi provocati dalla crisi nazionale: l'inflazione e la spesa pubblica crescente e il tasso di occupazione discendente¹³. Le elezioni del giugno 1976, videro nuovamente ripetersi la grande contrapposizione tra Democrazia Cristiana e Partito Comunista, tanto che insieme raggiunsero più del 73% dei consensi¹⁴, la distanza tra l'area della rappresentanza e l'area di governo si fece talmente tanto ampia da non poter più rendere tollerabili gli equilibri politici italiani verificatisi fino a quel momento¹⁵. La soluzione più coerente dal punto di vista istituzionale sarebbe stata un'ulteriore chiamata alle urne, ma si optò per un governo monocolore democristiano

¹¹ P. Craveri, *L'arte del non governo: l'inesorabile declino della Repubblica Italiana*, Marsilio Editori, Venezia, 2016, p. 308.

¹² Ivi, p. 307.

¹³ Ivi, p. 308.

¹⁴ Ivi, p. 298.

¹⁵ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 127.

della “non sfiducia”, guidato da Giulio Andreotti, la cui maggioranza in Parlamento venne garantita dall’astensione di tutti gli altri partiti, compreso il Partito comunista ma escluso il Movimento Sociale Italiano¹⁶. Vennero a crearsi «le premesse dell’ultimo passo possibile sulla via dell’aggregazione verso il centro delle forze politiche: la solidarietà nazionale»¹⁷. Il “compromesso storico” voluto da Moro e Berlinguer, venne visto come l’unica soluzione per arginare la situazione emergenziale in cui l’Italia riversava in quegli anni. Nel 1978 si passò alla coalizione della “Solidarietà nazionale” guidata da Giulio Andreotti, sostenuta dall’appoggio esterno del PCI, del PSI, del PSDI e, infine, del PRI¹⁸. Il complicato incontro tra comunisti e democristiani portò l’estrema sinistra a boicottare il Partito Comunista, tanto da spingere le Brigate rosse a rapire e poi ad uccidere Aldo Moro. La notizia del rapimento di Moro arrivò nelle sedi istituzionali il 16 marzo del ’78, proprio nel giorno in cui il governo Andreotti IV avrebbe dovuto ricevere la fiducia alle Camere. Due mesi più tardi, il 19 maggio, il cadavere del leader democristiano venne ritrovato abbandonato all’interno di un’auto, in via Caetani a Roma¹⁹. Caduto il governo e privato del sostegno di Moro, il disegno del compromesso storico venne accantonato.

Gli anni a cavallo del 1980 furono travolti da una molteplicità di gravi casi di corruzione, in cui vennero coinvolti i pubblici poteri. La stabilità democristiana venne messa in discussione nel 1978 dall’intimazione alle dimissioni, da parte del PCI, a Giovanni Leone Presidente della Repubblica, accusato di essere coinvolto nello scandalo Lockheed, accuse che poi si rivelarono senza alcun fondamento. A seguito della campagna diffamatoria nei confronti di Giovanni Leone, venne nominato Presidente della Repubblica Sandro Pertini. Questo nuovo presidente, il secondo proveniente dall’area socialista dopo Saragat, da quella cultura politica portò con sé «lo spirito un po’ populista e la retorica volontaristica»²⁰, che in quel contesto lo aiutarono ad instaurare un legame profondo con il paese. Gli italiani lo apprezzarono immediatamente, videro in Pertini un uomo vicino più al popolo che ai Palazzi. La sua

¹⁶ Ivi, p. 128.

¹⁷ P. Scoppola, *La Repubblica dei partiti*, Il Mulino, Bologna, 1997, p. 336.

¹⁸ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 128.

¹⁹ G. Sabbatucci e V. Vidotto, *Storia contemporanea, il Novecento*, Edizioni Laterza, Bari, 2008, p. 343.

²⁰ M. Gervasoni, *Storia d’Italia degli anni Ottanta: quando eravamo moderni*, Marsilio, Il Mulino, Bologna 2010, p. 25.

presenza ai funerali di Stato che venivano ripresi dalla Rai, come a quello di Piersanti Mattarella il 6 gennaio del 1980, gli permise di mostrarsi agli italiani in maniera più umana, con una «mimica nuova che, diversamente da quella dei grandi capi democristiani, non nascondeva l'espressività e l'emozione»²¹. Pertini risultava nei sondaggi di opinione il personaggio (non esclusivamente politico) in cui gli italiani riponevano maggiore fiducia e ammirazione²². Il culmine venne raggiunto durante la finale dei mondiali di calcio nel 1982 ai quali Pertini prese parte, sedendo nella tribuna d'onore dello stadio Bernabeu di Madrid. Questa nuova presidenza della Repubblica sancì in maniera sempre più ampia, il declino della Democrazia Cristiana, ancora prima del crollo elettorale registrato alle elezioni del 1983²³, in cui il partito subì un notevole calo di consensi passando da un 38,3% del 1979 ad un 32,9%.

Era opinione diffusa in molti elettori che la Democrazia cristiana volesse interpretare e assumersi la responsabilità solamente delle istanze che riteneva adatte al mondo cattolico nello specifico, senza ascoltare i bisogni e le esigenze dei cittadini che chiedevano innovazione. In questa chiave di lettura va interpretata la linea di azione di Karol Wojtyła.

Nel 1978 il mondo assistette ad un cambio di pontificato che passò nelle mani di Giovanni Paolo II, una figura «reazionaria nella sua battaglia contro il secolo»²⁴. Il carisma di Sandro Pertini si trovò in sintonia con quello del nuovo papa, con cui il presidente intraprese un ottimo rapporto, fin dal primo momento.

In uno scenario in cui «la religione era passata da certezza a opinione»²⁵, la società italiana si trovò nel mirino di un vortice del cambiamento che mette al centro l'individuo e i suoi relativi bisogni. Il nuovo Papa diede alla Chiesa un nuovo volto: una Chiesa che scende in campo tra la folla per parlare direttamente alla “nazione cattolica”, scendendo dagli altari e andando nelle piazze, senza alcuna mediazione. Come risposta alla crisi di secolarizzazione e alla “scristianizzazione”, la Chiesa divenne più dedita all'impegno

²¹ Ibidem.

²² Ivi, p. 28.

²³ P. Craveri, *L'arte del non governo: l'inesorabile declino della Repubblica Italiana*, Marsilio Editori, 2016, p. 30.

²⁴ M. Gervasoni, *Storia d'Italia degli anni Ottanta: quando eravamo moderni*, Marsilio, Il Mulino, Bologna 2010, p. 158.

²⁵ Ivi, p. 156.

etico, mettendo da parte le scelte di appartenenza²⁶. Giovanni Paolo II non comprendeva a pieno l'attaccamento della Dc alla Chiesa, anche se non mise in discussione il sostegno di questa nei confronti del partito. L'intervento del papa durante il convegno ecclesiale di Loreto nel 1985 che, esortava i cattolici ad impegnarsi nell'ambito politico, venne interpretato dall'opinione pubblica come un'esternalizzazione del suo sostegno alla Democrazia Cristiana²⁷. Giovanni Paolo II considerò la Chiesa italiana una «forza sociale» il cui dovere era quello di trainare l'intera società italiana, spostando l'impegno della Chiesa dal terreno civile e politico a quello dell'evangelizzazione²⁸. Nonostante ciò, il declino del “gigante dai piedi d'argilla”²⁹ era un processo dalle radici troppo lunghe per poter essere arrestato.

Sul finire degli anni Settanta si verificarono una serie di eventi sul piano internazionale che misero in discussione gli scenari politici nazionali e d'oltralpe. A livello internazionale si assistette ad un aumento di tensione sulla questione della Guerra Fredda, a causa di una crisi missilistica iniziata precedentemente; della rivoluzione komeinista in Iran che coincise con l'aumento del prezzo del petrolio da parte dell'OPEC che provocò, nel 1978, un nuovo shock petrolifero. Inoltre, la Federal Reserve americana nell'autunno del 1979 innalzò bruscamente i tassi d'interesse aumentando i controlli sull'immissione di liquidità monetaria così da provocare un forte apprezzamento del dollaro sul mercato dei cambi³⁰; ed infine l'invasione sovietica in Afghanistan nello stesso anno. Quest'ultimo evento concorse ad aumentare la tensione sui due blocchi, che di riflesso si riversò anche negli Stati europei sui quali gli USA continuarono a fare pressione per un rafforzamento missilistico per fronteggiare la nascente situazione a vantaggio dell'URSS che, nonostante i trattati di disarmo Salt I e II del 1972 e del 1974, non abbandonò la volontà di installare missili SS20³¹. Nel 1979 in Italia si tenne una discussione parlamentare sugli euromissili che si chiuse con il voto

²⁶ V. Capperucci, *La storiografia del giorno dopo. Il dibattito sulla crisi della Democrazia Cristiana negli anni Novanta*, Il Mulino-Rivisteweb, Ricerche di storia politica, Bologna, 2 giugno 2002.

²⁷ M. Gervasoni, *Storia d'Italia degli anni Ottanta: quando eravamo moderni*, Marsilio, Il Mulino, Bologna 2010, (p. 160).

²⁸ A. Riccardi, *Il potere del papa da Pio XII a Giovanni Paolo II*, Laterza, Bari-Roma, 1993.

²⁹ M. Cotta, P. Isernia, *Il gigante dai piedi d'argilla: la crisi del regime partitocratico in Italia*, Il Mulino, Bologna, 1996.

³⁰ A. Giovagnoli, *La Repubblica degli Italiani 1946-2016*, Editori Laterza, Bari, 2016, pp. 124-147.

³¹ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 139.

favorevole di tutti i partiti, tranne del Partito Comunista. Tale presa di posizione di Berlinguer testimonia quanto fosse troppo “stretto” il legame con Mosca. Tale nuovo legame non produsse alcun rilancio della politica del PCI, in quanto il quadro politico rimase bloccato della *conventio ad excludendum*, non consentendo l’alternanza tra le diverse forze politiche.³² Nel 1989 si assisterà al crollo del Muro di Berlino: il fattore K³³ sul quale si era basato il sistema politico dal secondo dopoguerra in poi, e il “pericolo comunista” non avrebbero avuto più motivo di esistere.

A livello nazionale, i primi anni Ottanta sarebbero stati segnati da un aumento del tasso di inflazione di otto punti sopra la media europea, il governo dovette risolvere questi problemi in previsione del completamento del processo di integrazione europea che avverrà nel 1992 con l’adesione al Trattato di Maastricht. La leva della spesa pubblica, che per anni aveva alimentato il consenso, non poteva più essere utilizzata a causa dei vincoli comunitari.

Allo stesso tempo in Italia, iniziavano ad affiorare i primi legami tra politica e massoneria. Il 20 marzo del 1981 a seguito di una perquisizione fatta nell’abitazione dell’imprenditore Licio Gelli, fece emergere elenchi di affiliati della loggia massonica Propaganda 2 (conosciuta come P2). Iniziarono a filtrare da questa lista alcuni nomi come quello dell’allora ministro della Giustizia democristiano, Adolfo Sarti, che dimettendosi il 23 maggio dello stesso anno, avrebbe innescato un’altra crisi di governo. Come conseguenza agli scandali che coinvolsero i democristiani, il Partito Comunista sollevò la “questione morale”: la classe politica, dalla quale il PCI era escluso, mise da parte l’interesse per una buona guida del paese e iniziò a convertirsi in un’oligarchia di affaristi corrotti³⁴. Il crollo della borsa valori di Milano solamente un mese dopo, chiusa per un ribasso eccessivo, seminò tensione all’interno dei palazzi del potere dove venne presa una decisione che mise in discussione la centralità della “balena bianca”³⁵, un evento che segnò la fine della presenza continua a Palazzo Chigi della DC: l’attribuzione dell’incarico da parte di Sandro Pertini al repubblicano Giovanni

³² Ibidem.

³³ fattore K - dal russo *Kommunizm* (comunismo) - utilizzato per la prima volta in un editoriale di Ronchey nel *Corriere della Sera* del 30 marzo 1979.

³⁴ Ivi, p. 149.

³⁵ G. Bianco, *La Balena bianca. L’ultima battaglia 1990-1994*, Rubettino, Soavaria Mannelli, 2011.

Spadolini di formare un nuovo esecutivo. La “questione morale” sollevata dai partiti di opposizione, a seguito della corruzione promossa dalla P2 e il risultato referendario sull’interruzione della gravidanza tenutosi il 17 maggio del 1981 con esiti negativi, contribuirono a dare alla DC l’immagine di partito arretrato, che non riusciva cavalcare l’onda del cambiamento sociale e incapace di gestire le funzioni amministrative³⁶.

Un altro evento che mise in evidenza il periodo di cambiamento che la società italiana stava attraversando, venne rappresentato dalla revisione del Concordato tenutasi il 18 febbraio 1984 firmata dall’allora presidente del Consiglio Bettino Craxi. Una delle novità introdotte dalla modifica del vecchio Concordato del 1929 fu l’abolizione della qualifica di “religione di Stato” riconosciuta alla religione cattolica. Si costituì nel tempo un «modello italiano di laicità»³⁷, attraverso uno «svelamento progressivo»³⁸ della secolarizzazione italiana negli ultimi cinquant’anni, grazie all’esperienza giuridica del paese. A sostegno dell’affermazione precedente, è necessario precisare che nonostante la revisione effettuata al Concordato nel 1984, all’articolo 9.2 è contenuta la seguente affermazione: «La Repubblica italiana, riconoscendo il valore della cultura religiosa e tenendo conto che i princìpi del cattolicesimo fanno parte del patrimonio storico del popolo italiano»³⁹. Questo porta ad evidenziare che nonostante la società italiana stesse iniziando a prendere le distanze dai classici dogmi cattolici, non si raggiungerà mai un’esaustiva laicizzazione del paese.

Dalla seconda metà degli anni Ottanta la società italiana assisterà ad una serie di scandali che vedranno l’intera classe politica coinvolta in un legame sempre più stretto con la corruzione, in particolare nell’ambito del finanziamento occulto ai partiti, che verrà definito da Craxi «un meccanismo ben noto a tutta la classe politica»⁴⁰. Uno dei partiti più colpiti da questi scandali fu proprio la Democrazia Cristiana, che vide coinvolti molti dei suoi esponenti in inchieste giudiziarie. Queste vicende porteranno

³⁶ C. Colarizi, P. Craveri, S. Pons, G. Quagliariello (a cura di), *Gli anni Ottanta come storia*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2004, p. 87.

³⁷ D. Durant, *Un modello italiano di laicità?*, in M. Impagliazzo (a cura di), *La nazione cattolica.. Chiesa e società in Italia dal 1958 a oggi*, Guerini e associati, Milano, 2004, pp. 525-527.

³⁸ G. Della Torre, *Europa: quale laicità?*, San Paolo Edizioni, Roma, 2003.

³⁹ http://presidenza.governo.it/USRI/confessioni/accordo_indice.html.

⁴⁰ Discorso di Bettino Craxi alla Camera dei Deputati, 29 aprile 1993, in <http://www.socialisti.net/SOCIALISTI/craxi2.htm>.

ad un'inesorabile crisi del partito e ad una perdita di credibilità di questo agli occhi dell'elettorato.

1.2 Strumenti mediatici e comunicazione politica negli anni Ottanta: il ruolo della televisione.

L'impiego della televisione come mezzo di propaganda politica iniziò negli anni Sessanta, ma fu negli anni Ottanta, grazie alla più ampia scelta di canali televisivi, che questo processo si mostrò in maniera più compiuta ed evidente. In quel periodo il settore delle telecomunicazioni cambiò radicalmente in Italia, con il passaggio da un monopolio televisivo della Rai allo sviluppo di un grande polo privato di reti radiofoniche e televisive come conseguenza della sentenza 28 luglio 1976, n.202 della Corte Costituzionale la quale rappresentò un blocco al monopolio dei due canali Rai.

La televisione approdò in Italia nel 1954; precedentemente la comunicazione politica si articolava in riunioni fisiche, manifesti elettorali, fino a quel momento i mezzi "moderni" di cui la politica si avvaleva per fare propaganda erano la radio e l'audiovisivo a fini informativi⁴¹. Nel 1960 esordisce "Tribuna Elettorale", un programma televisivo che portò all'interno delle case di milioni di italiani i dibattiti elettorali⁴². Grazie la nascita del secondo canale Rai esordirà "Tribuna Politica" nel 1963, altro programma di stampo politico. Le tribune elettorali permisero l'ingresso di tutti i partiti all'interno delle case degli elettori, il loro luogo più intimo. L'obiettivo del Governo, che volle questo tipo di programma, era coinvolgere gli elettori\spettatori per compiere una scelta più consapevole alle urne. Il peso crescente che assunse il piccolo schermo nell'acquisizione del consenso rese l'azione militante superflua, i centri di confronto politico non furono più le piazze ma i salotti dei talk show, un metodo che gli elettori ritennero sicuramente più comodo per l'acquisizione di informazioni valide prima di esprimere il loro voto⁴³.

⁴¹ M. Sorice, *"La comunicazione politica"*, Carocci Editore, Roma, 2011.

⁴² E. Novelli, *La Turbopolitica*, BUR, Milano, 2006, p 246.

⁴³ L. Savoca, *La democrazia del Grillo*, Catania, C.U.E.C.M., 2013, p. 17.

Nel corso degli anni Ottanta si manifestò una scarsa partecipazione politica e le sezioni di partito come luoghi di aggregazione e formazione politica persero la grande importanza che avevano ricoperto fino a quel momento. Comizi, congressi ed assemblee non incontrando più il favore dell'elettorato, persero il loro carattere originario, conseguentemente le campagne elettorali vennero giocate principalmente in televisione, come avvenne di fatto durante la tornata elettorale del 1983⁴⁴.

Il 1980 fu un decennio di svolta, un periodo storico in cui la politica e lo spettacolo divennero un'unica cosa. Nel linguaggio comune dei politici e dei giornalisti iniziò a circolare il termine «politica spettacolo»⁴⁵. Per spettacolarizzazione della politica si intende un'evoluzione che porta ad un cambiamento della comunicazione politica, attraverso l'utilizzo della televisione con l'impiego di un linguaggio più colloquiale e prediligendo l'immagine. Questo diede luogo ad una radicale rivoluzione del modo di fare propaganda politica. A livello europeo la nazione che per eccellenza era all'avanguardia in questo campo era la Francia, come venne dimostrato durante il decennio precedente da Valéry Giscard d'Estaing che si fece portavoce delle modalità pecuniarie americane utilizzate da Kennedy negli anni Sessanta⁴⁶. Il modello kennediano si basò principalmente sull'utilizzo costante dell'immagine in televisione, in questo caso reso più facile dalla sua figura: un uomo affascinante e giovane. Un altro fenomeno, di fatto legato alla spettacolarizzazione, fu la personalizzazione della politica. Questo fenomeno contribuì a rappresentare il partito attraverso l'incarnazione del leader, dando così la possibilità agli elettori di individuare la composizione politica di cui egli si fa portavoce. Il leader personalizza la politica contro i partiti o, comunque, al di fuori di essi, in qualche caso persino del suo stesso partito.

In Europa, l'esempio francese di Mitterand del 1985, che a seguito del calo rilevato dai sondaggi si fece creare attorno trasmissioni televisive, con «scenografie, effetti, luci e tecnica di ripresa da spettacolo leggero», aumentando l'audience, mostrò che si era

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Ivi, (p. 208).

⁴⁶ M. Gervasoni, *Storia d'Italia degli anni Ottanta: quando eravamo moderni*, Marsilio, Il Mulino, Bologna 2010, (p. 184).

ormai consolidata la figura del «*politicus catodicus*», il politico era ormai diventato un prodotto da vendere, a prescindere dalle sue idee o appartenenza politica ⁴⁷.

In Italia durante i primi anni Ottanta iniziò ad essere visibile un certo interesse da parte dei media verso la vita privata dei politici: un interesse al quale risposero in maniera positiva con lo scopo di rendere più umana la propria immagine, mostrandosi come uomini normali, con pregi e difetti. Questo nuovo approccio televisivo ebbe inizio già nel decennio precedente, basti pensare a quando Maurizio Costanzo nel 1976, all'interno talk show *Bontà loro*, ospitò Giulio Andreotti allora presidente del Consiglio. In poco tempo la partecipazione di uomini politici ai talk show, assieme ad altri personaggi dello spettacolo, divenne una consuetudine. Nel caso specifico, la figura di Giulio Andreotti come ospite ai programmi di intrattenimento con l'ironia, la perspicacia ed il buon senso, si collocò perfettamente nel format di programmi come *Domenica In* e di *Pronto Raffaella*, all'interno dei quali egli parlava dei suoi aspetti più intimi⁴⁸.

Nella prassi, però, la “politica spettacolo” risultava utile per fare vincere le elezioni, ma improduttiva per governare. Probabilmente, come scriveva Gianni Riotta, i promotori di questo tipo di prassi avrebbero dovuto prodigarsi in un «esercizio di penitenza», guardando ai problemi che Ronald Reagan dovette affrontare negli Stati Uniti a seguito della rielezione a causa dello scandalo Iran-Contra⁴⁹, difficoltà dalle quali uscì grazie alle sue peculiarità da leader rispondendo personalmente delle accuse⁵⁰. In Italia ciò non accadde, riportando come esempio le ultime fasi del governo Craxi II, in cui la contesa per il protagonismo tra il leader socialista e il democristiano De Mita causò degli squilibri interni nella DC. Assolutamente non marginale fu il tentativo di De Mita di emulare Craxi nel controllo sul proprio partito, questo generò proteste interne tanto da

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ Ivi, p. 186.

⁴⁹ «Irangate (in lingua inglese Iran-Contra affair) fu uno scandalo politico che nel biennio 1985-1986 coinvolse vari alti funzionari e militari dell'amministrazione del presidente degli Stati Uniti Ronald Reagan, accusati dell'organizzazione di un traffico illegale di armi con l'Iran, su cui vigeva l'embargo». Cfr <https://it.wikipedia.org/wiki/Irangate>.

⁵⁰ Ivi, p. 194.

spingere Carlo Donat Cattin ad esordire dicendo che la DC non avrebbe accettato alcuna forma di «cesarismo» estraneo alla sua storia⁵¹.

⁵¹ Salvatore Tropea, *Donat Cattin sfida il segretario*, in «la Repubblica», 27 aprile 1986.

1.3 Le campagne elettorali del 1983 e del 1987.

Il contesto storico all'interno del quale si inserirono le dinamiche politiche degli anni Ottanta si caratterizzò per la presenza di circostanze che ebbero una certa influenza sugli esiti delle tornate elettorali del 1983 e del 1987. In Italia, l'immagine della Democrazia Cristiana appare ormai logorata dagli scandali del 1981 legati alla loggia massonica P2. Il crollo della borsa di Milano mise in crisi gli operatori economici e tutti i palazzi del potere all'interno dei quali, l'allora presidente della Repubblica Sandro Pertini decise di far formare un nuovo esecutivo a Giovanni Spadolini, leader del Partito Radicale, spezzando così la continuità della DC a Palazzo Chigi. L'incapacità di gestire la crisi economica nazionale causata dall'inflazione galoppante e il risultato negativo ottenuto dal referendum abrogativo sulla legge per l'aborto nello stesso anno, sul quale la DC aveva puntato molto, contribuirono a deteriorare ulteriormente il partito democristiano. A livello internazionale gli squilibri causati dalla rivoluzione komeinista in Iran, l'invasione sovietica in Afghanistan e l'ambizioso progetto dell'URSS di installare missili SS20, causarono un aumento del livello di tensione tra i due blocchi che generò conseguenze inevitabili per gli stati europei tra cui l'Italia. Infatti, successivamente al voto negativo del PCI alla discussione parlamentare del 1979 sugli euromissili risulta evidente quanto sia scomodo per Berlinguer il legame con Mosca. A condizionare vicende nazionali contribuì anche l'evoluzione economica di Stati Uniti, Giappone ed Europa, tale transizione ad una società post-industriale, generata dall'innovazione tecnologica, venne anticipata da una serie di processi di cambiamento e riconversione del sistema produttivo che condusse ad un rallentamento economico. Inoltre, la crisi del Welfare State dovuta all'invecchiamento della popolazione italiana, esplosa già sul finire degli anni Settanta, mise in crisi il sistema sanitario nazionale ed in particolare quello pensionistico. La dinamicità di tali processi legittima la difficile comprensione da parte delle classi politiche del cambiamento sociale ed economico da cui l'Italia venne travolta. Il ritorno ai vecchi equilibri della VII legislatura con il Pentapartito conferma l'immagine di un sistema politico in cui non viene consentito il fisiologico

meccanismo dell'alternanza tra schieramenti che avrebbe innescato dinamiche nuove⁵².

Come già sottolineato, il 1983 fece emergere la tendenziale personalizzazione del dibattito politico. Sull'onda del cambiamento, la Democrazia Cristiana intraprese in quell'anno, una campagna elettorale incentrata sulla figura di Ciriaco De Mita segretario democristiano dal 1982 al 1989. Questa scelta si rivelò improduttiva dal punto di vista della crescita elettorale: la DC rappresentava una famiglia politica per niente omogenea al suo interno, vi erano correnti ideologiche e figure forti, per cui fu complesso personificare il partito con un unico volto (come avvenne nel caso di Craxi e Spadolini)⁵³.

Il piano politico elaborato da De Mita trovava la sua essenza, sulla riforma di un sistema che risultava affetto da una profonda crisi dal un punto di vista sociale, culturale, economico, e politico.⁵⁴ Ciriaco De Mita, per il suo piano riformista, partì dall'analisi del bipolarismo del sistema politico italiano, arrivando alla consapevolezza che il meccanismo fisiologico dell'alternanza fosse possibile solo con due partiti: la DC da un lato e il PCI dall'altro. Nonostante quest'analisi, De Mita era convinto che il meccanismo fisiologico dell'alternanza non poteva essere realizzato sul piano politico a causa delle condizioni oggettive esistenti in quel momento storico, così come sostenne durante il XVII Congresso Nazionale della Democrazia Cristiana nel 1986 ⁵⁵.

Come già precisato nel paragrafo precedente, il fenomeno della personalizzazione della politica tipico degli anni Ottanta andò di pari passo con quello della spettacolarizzazione del dibattito politico. Queste elezioni videro i leader confrontarsi in un'ottica di innovazione massmediologica: le reti televisive private come quelle Mediaset, sorte a seguito della sentenza 28 luglio 1976 n.202, iniziarono a proporre una serie di programmi di stampo politico che incontrarono il favore del pubblico. Un caso

⁵² S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, pp. 145- 146.

⁵³ E. Novelli, *La Turbopolitica*, BUR, Milano, 2006.

⁵⁴ G. Acquaviva, M. Marchi, P. Pombeni (a cura di), *Democristiani, cattolici e Chiesa negli anni di Craxi*, Marsilio, Venezia, 2018, pag. 205.

⁵⁵ Id., *Relazione al XVII Congresso Nazionale della Democrazia Cristiana*, cit. Anche la precedente citazione è tratta da questo medesimo intervento di De Mita, in G. Acquaviva, M. Marchi, P. Pombeni (a cura di), *Democristiani, cattolici e Chiesa negli anni di Craxi*, Marsilio, Venezia, 2018.

significativo di questo tipo di confronto fu quello tenutosi a *Braccio di Ferro*, un programma che andò in onda su Rete 4 una volta sola, al quale presero parte Berlinguer e De Mita.

Prendendo in esame gli spot pubblicitari elaborati dalla Democrazia Cristiana nel 1983 emerge un'intensa componente emotiva, grazie all'utilizzo di immagini e metafore semplici, slegate da ogni riferimento politico. Un esempio pubblicitario è quello in cui compare una candela accesa che corre il rischio di spegnersi, ma grazie all'aiuto di una mano che protegge la fiamma scansa il rischio; successivamente si ode una voce maschile che enuncia la seguente frase: "Per fortuna in Italia c'è un partito che impedisce i salti nel buio"⁵⁶.

Analizzando la campagna elettorale elaborata dalla Democrazia Cristiana nel 1983 si potrebbe riscontrare un ammorbidimento dei toni nei confronti del Partito Comunista. La scelta della NATO di installare missili americani nei paesi europei vicini ai territori in cui si svolgevano proteste dei movimenti pacifisti e della sinistra, e la decisione del Consiglio dei ministri di scegliere Comiso come base militare per ospitare i missili Cruise nel 1981, fecero sì che il Partito Comunista assumesse una linea "anti-missilistica". Per cui durante la campagna elettorale, se nel 1948 il fatto che i comunisti rappresentassero una minaccia fosse una certezza, in quel momento storico, la pericolosità del PCI divenne una domanda che i democristiani posero direttamente agli elettori con il seguente slogan: "Quanto sei disposto a rischiare se il PCI è sincero?"(Figura 1).Questo generò un alleggerimento dei toni da parte della

⁵⁶ <https://www.ilpopolo.news/la-storia-della-democrazia-cristiana-spot-di-propaganda-e-locandine/>.

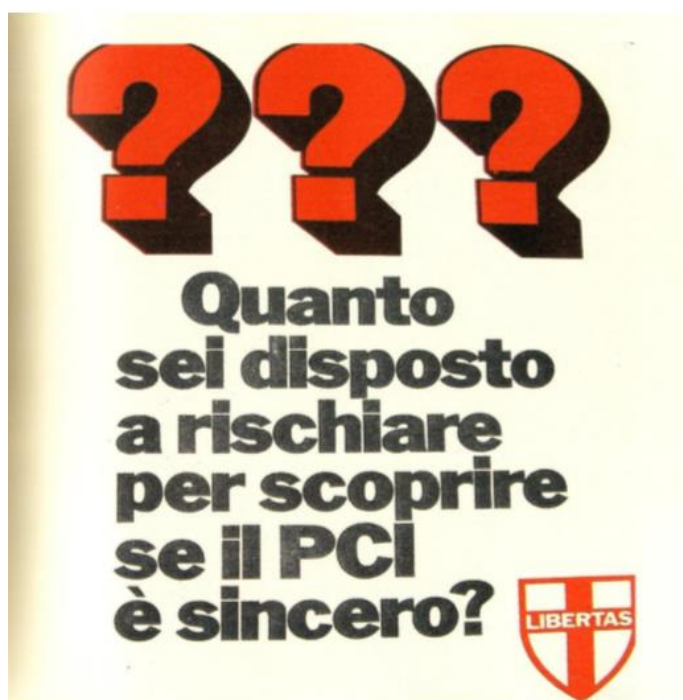


Figura 1.⁵⁷

Il dato più clamoroso delle elezioni del 1983 fu il crollo di consensi per il partito democristiano, che passò dal 38,3% ottenuto nelle precedenti elezioni del 1979 ad un 32,9%. L'appello al "voto utile" non bastò più a fermare l'emorragia di voti, che si distribuirono sull'MSI, PRI e PLI. Ciò rende evidente di come il collante cattolico stava perdendo efficacia nel tempo. Immersi in questa situazione, i democristiani furono costretti a cedere la Presidenza del Consiglio al leader del Partito Socialista Bettino Craxi. De Mita accolse con apparente serenità il verdetto elettorale, consapevole che nei pochi mesi trascorsi tra la sua elezione alla segreteria di partito e le elezioni, sarebbe stato difficile attuare una strategia capace di frenare la tendenza al declino, iniziata già negli anni Settanta. Fermamente convinto del fatto che la *conventio ad excludendum* fosse un ostacolo per il buon funzionamento del sistema politico, nonostante la guerra fredda fosse ancora in atto, De Mita a seguito del calo di consensi ottenuto nell'83', optò per un piano politico che seguisse determinate linee guida puntando sul tema del

⁵⁷ E. Ventrone, *Il nemico interno. Immagini, parole e simboli della lotta politica italiana del Novecento*, Donzelli Editor, Roma, 2005, p 264.

rinnovamento⁵⁸. Infatti, la propaganda ideata dalla Democrazia Cristiana nel 1987 venne indirizzata su temi chiave, che avrebbero potuto fare leva sull'elettorato: una maggiore responsabilità da parte dei partiti e il raggiungimento di una maggioranza stabile in Parlamento, che fino a quel momento non era stata possibile per l'impossibilità di alternanza maggioranza-opposizione. La campagna elettorale che la DC mise in atto nel 1987, si articolava nella proposta di De Mita di una riforma del sistema elettorale precedente, che non era più coerente con gli interessi del paese, proponendo una correzione del sistema proporzionale attraverso una sostituzione ad un sistema maggioritario semplice al fine di eliminare la funzione dei partiti intermedi⁵⁹. Il disegno elettorale avrebbe dovuto prevedere la possibilità di esprimere un doppio voto, pronunciato in uno solo o in due turni elettorali: uno per il partito di appartenenza e un altro per la coalizione che secondo l'elettore avrebbe meritato di governare. Al fine di incoraggiare la formazione di coalizioni, sarebbe stata prevista anche una quota di seggi. Anche durante questo scontro politico venne fatto largo uso di strategie comunicative e slogan d'effetto, come: "Forza Italia!"(figura 2).



Figura 2⁶⁰.

che compariva in tutti gli spot e manifesti della DC⁶¹.

⁵⁸ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 153.

⁵⁹ A. Stabile, *De Mita presenta la grande riforma*, «la Repubblica», 16 maggio 1987.

⁶⁰ http://web.tiscalinet.it/cdu_torino/manifesti%20DC/022g.jpg.

⁶¹ M. Gervasoni, *Storia d'Italia degli anni Ottanta: quando eravamo moderni*, Marsilio, Il Mulino, Bologna 2010, p. 194.

Un ulteriore elemento innovativo che apparve nel 1987 fu la candidatura, presso Montecitorio o Palazzo Madama, di figure dello spettacolo al fine di incontrare sempre di più il favore del pubblico. Sui manifesti elettorali della DC apparvero personaggi come l'ex calciatore Gianni Rivera, la stilista Mila Schön e il violinista Uto Ughi⁶².

Nonostante i tentativi del partito democristiano di stare a passo con i tempi, il processo di deterioramento del sistema partitocratico risultò avviato da troppo tempo per essere interrotto, a testimonianza di ciò contribuiranno i dati prodotti dal giudizio degli elettori.

Una lettura affrettata dei risultati elettorali del 1987 potrebbe generare un'interpretazione favorevole dello stato di salute del sistema partitocratico, ma in realtà tale decodificazione risulta errata. Malgrado la DC in queste tornate elettorali ottenne il 34,3% dei consensi, registrando un avanzo di 1,4 punti rispetto alle elezioni precedenti⁶³, le circoscrizioni che registrarono un avanzo superiore a 1,5% furono meridionali, contrariamente alla zona settentrionale, in cui registrò un saldo negativo. Quello che emerge dai dati elettorali è l'avvio di un processo di "meridionalizzazione" della Democrazia Cristiana, campanello d'allarme di un sistema partitocratico sempre più in crisi, sostenuto da una ristretta classe sociale composta da elettori accomunati dalla politica del debito pubblico⁶⁴.

In questa tornata elettorale, iniziano a fare il loro ingresso le leghe: Lega Lombarda, Liga Veneta e l'Unione Piemontese, inizialmente caratteristiche per la loro natura apolitica. Esse, durante la campagna elettorale, fecero leva su temi ancora inesplorati, come l'indipendenza delle loro regioni di appartenenza. All'interno di questa volontà di secessione, si celava una forte critica nei confronti della partitocrazia, un sistema corrotto e marcio⁶⁵.

⁶² Ivi, p. 198.

⁶³ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 165

⁶⁴ Ivi, p.167.

⁶⁵ L. Cafagna, *La grande slavina (L'Italia verso la crisi della democrazia)*, Venezia, Marsilio Editori, novembre 1993.

CAPITOLO SECONDO

**LA TRANSIZIONE DALLA “PRIMA” ALLA “SECONDA
REPUBBLICA” (1990-1993)**

2.1 La difficile leaderizzazione della Democrazia Cristiana

Il fenomeno della personalizzazione della politica degli anni Ottanta risulta molto più difficile in un partito complesso e articolato come la Democrazia cristiana in cui la forte presenza delle correnti, e dei loro leader, se costituisce un punto di forza, al contempo rappresenta un ostacolo affinché una personalità politica possa imporsi alle altre. Nel periodo preso in considerazione, la presenza di una pluralità di anime nel partito, si riflette anche nella elaborazione di soluzioni diverse al problema della governabilità. Di questa pluralità di soluzioni sarebbero stati emblematici da un lato Giulio Andreotti e dall'altro Ciriaco De Mita. Di riflesso, questa difformità è riscontrabile anche nella differente strategia da adottare all'interno del sistema, in particolare nella linea da intraprendere nei confronti dei socialisti. Circa quest'ultimo punto le visioni divergono: da una parte Andreotti, che sostiene la necessità di proseguire nella collaborazione con il PSI; dall'altra De Mita, che sposta la questione della governabilità dal piano delle alleanze di governo a quello della

riforma del sistema. Prima della tornata elettorale del 1987, Andreotti riferendosi alle riforme istituzionali, invitò ad una certa prudenza, sostenendo che prima bisognasse: «attuare tutta la Costituzione e correggere le interpretazioni abusive che si sono andate creando»⁶⁶. Dopo le elezioni del 1987, il 25 giugno, Mino Fucillo pubblicò un articolo sul «Corriere della Sera» dal titolo *DC, tra Andreotti e De Mita è scoppiata la Guerra fredda*. Da questo scritto emerge la tensione all'interno della DC proprio sulle scelte strategiche da adottare: «De Mita grida al tradimento, Andreotti punta l'indice contro la prepotenza»⁶⁷. Dai risultati elettorali del 1987 evinse una lieve ripresa della DC e questo non consentì a Bettino Craxi di «sbarrare le porte a Palazzo Chigi»⁶⁸. Egli mostrò il suo dissenso nei confronti di un'ipotetica candidatura di Ciriaco De Mita alla guida del nuovo esecutivo, con la speranza che si potesse trovare una soluzione alternativa, quindi il ruolo di capo del Governo andò a Giovanni Gorla, già Ministro del Tesoro durante il governo Craxi, che condusse un esecutivo pentapartitico e non pose attenzione sulla questione delle riforme istituzionali, caldeggiata da De Mita. Dopo la fugace parentesi del governo Gorla, De Mita riuscì comunque a diventare Presidente del Consiglio nel 1988. La sua presenza a Palazzo Chigi si dimostrò sin da dubito difficile, in particolare a partire dalla elezione alla segreteria della Democrazia Cristiana di Arnaldo Forlani a febbraio dell'anno successivo. Come scrisse Sandra Bonsanti in un articolo intitolato *De Mita e Forlani già ai ferri corti*, pubblicato su «la Repubblica», con la nuova segreteria «La Democrazia cristiana cambia corso: a governare il partito saranno Andreotti e i suoi uomini e Donat Cattin e i suoi uomini. Accanto ai due vecchi leader, ma in posizione un po' defilata e un po' secondaria, il segretario Arnaldo Forlani. A De Mita rimane una posizione di prestigio, ma di scarso peso nella gestione e sulla linea politica. Alla sua corrente, la sinistra, resta una vicesegreteria e poco altro»⁶⁹. Forlani condivideva con Andreotti l'idea che bisognasse adottare una linea più “morbida” nei confronti dei socialisti, con i quali

⁶⁶ G. Acquaviva, M. Marchi, P. Pombeni (a cura di), *Democristiani, cattolici e Chiesa negli anni di Craxi*, Marsilio, Venezia, 2018, p. 290.

⁶⁷ M. Fucillo, «*DC, tra Andreotti e De Mita è scoppiata la guerra fredda*», in «la Repubblica», 25 giugno 1987.

⁶⁸ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, p. 173.

⁶⁹ S. Bonsanti, «*De Mita e Forlani già ai ferri corti*», in «la Repubblica», 02 aprile 1989.

era diventato più semplice accordarsi che scontrarsi: sulla base di queste premesse nel 1989, venne stipulato un patto di alleanza, denominato CAF che avrebbe dovuto garantire una maggiore stabilità nella conduzione degli esecutivi⁷⁰. La sintonia di idee tra i due democristiani rese sempre più difficile la permanenza alla presidenza del Consiglio di De Mita che, a luglio del 1989, cedette il testimone ad Andreotti, il quale inaugurò il suo VI esecutivo. Questa successione è interpretabile come una vittoria di Andreotti su De Mita. Durante il discorso di inaugurazione del VI governo Andreotti, quest'ultimo non fece alcun accenno al tema delle riforme per cui Ciriaco De Mita lottò dieci anni, ciò decretò l'abbandono della "Grande Riforma"⁷¹.

All'inizio degli anni Novanta nella DC emerse la figura di Mario Segni, militante della sinistra democristiana e figlio dell'ex Presidente della Repubblica, Antonio Segni. Segni si mobilitò per portare avanti alcune considerevoli riforme⁷². Al fine di concretizzare il suo progetto, si avvalse dell'aiuto dello strumento referendario: una modalità che avrebbe spinto i cittadini ed esprimere la propria opinione. Egli indette un referendum attraverso cui si procedeva all'abolizione della preferenza multipla, che era ritenuta il principale strumento per l'ottenimento dei voti clientelari⁷³. Il fatto stesso di essere presentato come un «voto contro i partiti»⁷⁴, spinse ad una maggiore partecipazione elettorale. In quel periodo la nascita del movimento referendario fu un ulteriore campanello d'allarme che segnalò la fine di un'era politica. Il movimento di Segni, infatti, si sviluppò in chiave antipartitica, in contrasto con la partitocrazia, inserendosi all'interno di quella frattura tra paese reale e legale che si era già generata negli anni precedenti e che appariva destinata ad ampliarsi ulteriormente⁷⁵. Il primo referendum si tenne il 9 giugno del 1991. La materia che avrebbe dovuto sottoporsi ad abrogazione riguardava parte del decreto del 30 marzo 1957 n.361 del Presidente della Repubblica, che prevedeva la

⁷⁰ S. Colarizi, *Storia politica della repubblica 1943-2006*, Bari, Editori Laterza, 2007, p. 174.

⁷¹ G. Acquaviva, M. Marchi, P. Pombeni (a cura di), *Democristiani, cattolici e Chiesa negli anni di Craxi*, Marsilio, Venezia, 2018, p. 296.

⁷² A. Giovagnoli, *La Repubblica degli Italiani 1946-2016*, Editori Laterza, Bari, 2016.

⁷³ Ivi, p. 183.

⁷⁴ Ibidem.

⁷⁵ S. Colarizi in M. Gervasoni e A. Ungari, *Due Repubbliche (Politiche e istituzioni in Italia dal delitto Moro a Berlusconi)*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2014.

riduzione della preferenza per le elezioni alla Camera dei deputati⁷⁶. Malgrado l'invito di Bettino Craxi ad «andare al mare»⁷⁷, il risultato si rivelò favorevole ai referendari, palesando l'indifferenza degli elettori alle direttive della vecchia classe dirigente. L'anno successivo la Democrazia Cristiana iniziò ad incassare il contraccolpo delle inchieste giudiziarie. Con lo scoppio di Tangentopoli e processi a carico di Andreotti molti esponenti della DC vennero messi «fuori gioco»⁷⁸, tra cui anche Ciriaco De Mita, il cui fratello venne arrestato. In questo frangente emerse, all'interno del partito, il nome di Mino Martinazzoli, uomo della sinistra democristiana dalla «fama incorruttibile»⁷⁹, che ottenne la segreteria alla fine del 1992. Egli iniziò un'opera di rigenerazione e moralizzazione, a partire dall'annullamento delle tessere. Quest'ultima azione venne espedita per colpire i notabili democristiani che «pompavano» il numero degli iscritti della DC. Tale strategia si rivelò fallimentare, poiché generò il rifiuto dei feudatari, in particolare di alcune zone meridionali, a sottostare alle richieste della segreteria. Nonostante eletto all'unanimità, Martinazzoli si rese conto che il suo modo di agire era isolato e non condiviso dal resto della classe dirigente democristiana. Dopo la grande sconfitta alle amministrative del 1993, il segretario suggerì dunque di avviare un cambiamento radicale da attuarsi tramite un'Assemblea Costituente che venne convocata proprio nello stesso anno e che, al termine dei suoi lavori, avrebbe decretato la nascita di un nuovo soggetto politico: il Partito popolare italiano (Ppi), nel ricordo del legame storico con il partito di Don Luigi Sturzo.

Pur tuttavia, questa trasformazione non si sarebbe rivelata un atto formale ma una presa di posizione volta a chiudere una pagina di storia della durata di cinquant'anni per tornare alle origini del movimento cattolico. Non meraviglia, dunque, che non venisse accettata dall'intero partito che vide le correnti sciogliersi e cercare una propria collocazione. Nessuna dei quattro poli di attrazione emersi dallo scioglimento della DC fu in grado di ottenere l'immane successo registrato dal partito cattolico per quasi mezzo secolo: vennero meno le appartenenze tradizionali

⁷⁶ Ibidem.

⁷⁷ S. Colarizi, *Storia politica della repubblica 1943-2006*, Bari, Editori Laterza, 2007.

⁷⁸ Ivi, p. 199.

⁷⁹ Ibidem.

del partito che si ispirava ai valori al cattolicesimo. In questa situazione, si è generata una vasta area di voti «in libertà che tendono ad investire in forze nuove, o per lo meno con un'immagine nuova, capaci di imporsi in un sistema tutto da ricostruire»⁸⁰. Infatti, come si vedrà nel capitolo successivo, i voti appartenenti all'elettorato cattolico di destra confluirono in Forza Italia, un partito di destra nato pochi mesi prima della tornata elettorale del 1994.

⁸⁰ Ibidem.

2.2 Il contesto storico degli anni di transizione

Il quadro politico di fine anni Ottanta mostrò che i principali partiti del secondo dopoguerra erano ormai immersi in una lenta fase di declino. I risultati elettorali del 1987 misero in evidenza la comparsa di nuovi soggetti politici, quali le Leghe e i Verdi con percentuali discrete: i Verdi ottennero il 2,5% dei voti mentre la Lega Lombarda raggiunse l'1,8%⁸¹. Questi nuovi partiti iniziarono a farsi carico del lascito appartenente alla vecchia partitocrazia. Le Leghe, originariamente, si caratterizzavano per la loro natura post-ideologica: non potevano essere classificate né come un partito di destra né di sinistra. Anche i Verdi condivisero con queste ultime la caratteristica della post-ideologia, nonostante fossero da sempre più vicini alla sinistra ecologista. La Democrazia Cristiana stava vivendo una fase di emorragia di voti settentrionali, nonostante quell'anno recuperò qualche punto percentuale raggiungendo il 34,3%. La crescita elettorale si collocò maggiormente nelle zone del Mezzogiorno, dove si registrarono in tutte le circoscrizioni incrementi positivi maggiori all'1,5%, a scapito di quelle del nord che riportarono un saldo negativo maggiore di un punto percentuale⁸². Il partito che subì il caldo di consensi più consistente fu il Partito Comunista, che passò da un 29,9%, ottenuto nel 1983, ad un 26,6 % ⁸³. Il cambio di testimone alla segreteria del Partito Comunista nello stesso anno con Achille Occhetto non darà adito ad alcuna metamorfosi del partito⁸⁴. La X legislatura (1987-1992) venne inaugurata con un esecutivo guidato dal democristiano Giovanni Goria appoggiato da una coalizione pentapartitica composta da DC, PSI, PRI, PSDI E PLI.

⁸¹ <http://elezionistorico.interno.it/index.php?tpel=C&dtel=20/06/1976&tpa=I&tpe=A&lev0=0&levsut0=0&es0=S&ms=S>.

⁸² S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011, pag. 167.

⁸³ Ivi, p. 194.

⁸⁴ Le vicende internazionali verificatesi in quel momento storico portarono il neosegretario a dover affrontare i problemi di natura ideologica legati al partito. Nel 1989, il crollo del muro di Berlino verrà interpretato dagli esponenti di sinistra del PCI, non come morte del comunismo, bensì come sconfitta di un modello di comunismo ormai poco compatibile con le socialdemocrazie. Il 3 febbraio del 1991, si terrà a Rimini l'ultimo congresso del Partito Comunista italiano, in cui si decise di sciogliere quest'ultimo. Questo evento rappresentò il tramonto della storia del più importante partito comunista dell'Europa dell'ovest. L'ala più a destra dell'ex PCI decise di fondare il Partito Democratico della Sinistra, di cui Achille Occhetto divenne segretario; mentre dalle correnti di sinistra venne creato il Partito della Rifondazione Comunista. P. Craveri, *La repubblica dal 1958 al 1992*, Torino, Utet, 1995.

La staticità dei cambiamenti nei rapporti tra i partiti è evidente dalla lettura dei dati elettorali, in cui vengono riportati i risultati di partiti che dopo circa quarant'anni hanno subito mutamenti di pochi punti percentuali. Dopo mesi incerti all'interno della maggioranza, Gorla decise di dimettersi l'11 marzo del 1988, passando il testimone a Ciriaco De Mita che durò in carica 1 anno e 3 mesi. In questa situazione intervenne Francesco Cossiga (1985-1992). Avendo mantenuto una funzione puramente notarile nella prima fase del suo mandato, le continue «esternazioni» di Cossiga a sfavore dei partiti, ed in particolare contro la DC, risultarono l'ennesimo «colpo di piccone contro la partitocrazia»⁸⁵. Convinto che la caduta del muro di Berlino nel 1989 prefigurasse una rivoluzione degli equilibri politici, in un certo qual senso si «auto-candida a gestire una sorte di supplenza che prefigura quella riforma della Costituzione in senso presidenziale gradita sia ai socialisti che alle destre»⁸⁶. Le continue esternazioni di Cossiga, endemiche e destabilizzanti, furono finalizzate all'intercessione con i cittadini, al fine di oscurare la funzione mediatrice dei partiti, con il risultato di alimentare l'indignazione cittadina e di aumentare la conflittualità all'interno della coalizione di governo. Cossiga rappresentò l'ennesimo sasso che si aggiunse alla valanga imminente che travolgerà la «prima Repubblica»⁸⁷.

In questa circostanza, è doveroso fare un breve cenno sul sistema di corruzione radicato e ben funzionante che, a cavallo fra gli ultimi due decenni del Novecento, diventò caratteristico all'interno del sistema politico italiano nell'ambito della concussione, il finanziamento illecito ai partiti e la concessione di appalti pubblici. A partire dal 1992 gli scandali che travolsero tutto l'establishment, compresa anche parte della sinistra, diedero inizio alla stagione di “Tangentopoli” che vide come protagonisti un pool di magistrati milanesi all'interno dei quali emerse la figura del Pubblico Ministero, Antonio Di Pietro. La magistratura fece emergere un sistema di finanziamento illegale dei partiti e di autofinanziamento dei politici che vide coinvolti principalmente la DC e il PSI. In particolare, i reati di cui venne accusata

⁸⁵ S. Colarizi, *Storia politica della repubblica 1943-2006*, Bari, Editori Laterza, 2007, p. 181.

⁸⁶ Ibidem

⁸⁷ Ivi, p. 182.

la classe dirigente di quel tempo furono “abuso d’ufficio”⁸⁸ e “corruzione”⁸⁹. Le indagini condotte misero in evidenza un esercizio del potere politico asservito ad interessi personali che palesò una diffusa funzione di malgoverno ed evidenziò una gestione del potere politico assoggettata ad interessi di parte che, di conseguenza, accrebbe lo scetticismo dei cittadini nei confronti dei partiti⁹⁰.

Per comprendere meglio i fenomeni di corruzione che diedero vita a “Tangentopoli” è necessario tornare al 1987, quando, per la prima volta, il nome di Mario Chiesa apparve sugli elenchi della procura Milano, successivamente alle dichiarazioni del giornalista Nino Leoni in riferimento all’esistenza di una ditta funebre definita del “caro estinto”, poiché tutti i funerali venivano assegnati a questa lucrando con tangenti. Chiesa smentì immediatamente e querelò il giornalista con l’accusa di diffamazione, tuttavia Antonio Di Pietro mise sotto intercettazione telefonica l’indagato⁹¹.

Il 17 febbraio del 1992 i carabinieri misero in atto una maxioperazione al fine di arrestare il socialista Mario Chiesa, che fu sorpreso in flagranza di reato e venne abiurato dall’intero PSI. Di Pietro decise di indagare su una rete di persone vicine a Chiesa: familiari, gli imprenditori e i collaboratori. Il 23 marzo dello stesso anno, Chiesa fece le sue prime confessioni che vennero raccolte da Di Pietro e Italo Ghitti, giudice per le indagini preliminari. Egli ammise di aver ricevuto tangenti da diverse di imprese che, a seguito della vittoria truccata nelle gare d’appalto, erano consapevoli di quali partiti avrebbero dovuto finanziare. Quattro giorni dopo, il capitano Zuliani fece vedere all’imputato un foglio sequestrato nel suo ufficio, in cui comparivano nominativi ed importi che Chiesa definirà “libro mastro delle

⁸⁸ Art. 323 c.p. : «Salvo che il fatto non costituisca un più grave reato, il pubblico ufficiale o l'[incaricato di pubblico servizio](#) che, nello svolgimento delle funzioni o del [servizio](#), in violazione di norme di legge o di regolamento, ovvero omettendo di astenersi in presenza di un interesse proprio o di un prossimo congiunto o negli altri casi prescritti, intenzionalmente procura a sé o ad altri un ingiusto [vantaggio patrimoniale](#) ovvero arreca ad altri un danno ingiusto, è punito con la [reclusione](#) da uno a quattro anni. La pena è aumentata nei casi in cui il vantaggio o il danno hanno carattere di rilevante gravità».

⁸⁹ Art. 318 c.p. : «Il [pubblico ufficiale](#), che, per l’esercizio delle sue funzioni o dei suoi poteri, indebitamente riceve, per sé o per un terzo, [denaro](#) o altra utilità, o ne accetta la [promessa](#), è punito con la reclusione da tre a otto anni.».

⁹⁰ G. Sabbatucci e V. Vidotto, *Storia contemporanea, il Novecento*, Edizioni Laterza, Bari, 2008, p. 408.

⁹¹ G. Barbacetto, M. Travaglio e P. Gomez, *Mani pulite (La vera storia)*, Milano, Chiarelettere Editore, 2012.

tangenti”. Poiché le elezioni politiche erano alle porte, il pool di magistrati decise di decurtare le indagini per qualche giorno, al fine di non sovvertire l’incombente tornata elettorale⁹². Il 5 e 6 aprile 1992 si tennero le ultime elezioni regolate dal sistema proporzionale. I risultati sancirono definitivamente la fine della credibilità della “repubblica dei partiti”. Il tasso di astensione fu alto, superiore al 17%, furono “elezioni terremoto” che videro i tradizionali partiti essere travolti dai voti di protesta a seguito delle indagini. La Democrazia Cristiana scese per la prima volta sotto il 30%, questo recesso venne compensato dai risultati dei tre partiti alleati (PSI, PSDI, PLI), i cui voti si mantennero essenzialmente simili a quelli della tornata elettorale di cinque anni prima. Chi invece conseguì un grande successo fu la Lega Lombarda, ottenendo alla Camera l’8,6%⁹³. Ad esasperare la situazione concorse, il 23 maggio dello stesso anno, la strage di Capaci in cui vennero a mancare Giovanni Falcone, la moglie e tre uomini della scorta. Questo episodio delittuoso, seguito circa due mesi dopo dalla strage di via D’Amelio in cui perse la vita Paolo Borsellino insieme a cinque agenti della scorta, fu il risultato dell’impegno che questi due uomini dello Stato impiegavano tra il 1986 e il 1992, presso la procura di Palermo nella lotta contro la mafia⁹⁴. Questi atti criminosi congiuntamente alle inchieste giudiziarie di Tangentopoli, produssero una situazione di inquietudine per il paese che, in una fase storica così difficile, vide un nuovo Presidente della Repubblica: Oscar Luigi Scalfaro. A lui spettò il compito di nominare il presidente del Consiglio, ruolo che Craxi nonostante le inchieste in cui era coinvolto, continuava a rivendicare. Il nuovo capo dello Stato ritenne Giuliano Amato adatto a ricoprire quel ruolo: una figura innovativa, con una personalità più associabile ad un tecnico che a un politico⁹⁵. Subito dopo le elezioni del 1992, il team di magistrati milanesi riprese le indagini avviate precedentemente; come dichiarò Di Pietro: «noi arrivavamo la mattina in ufficio e non potevamo entrare perché c’era la fila di quelli

⁹² P. Craveri, *L’arte del non governo (L’inesorabile declino della Repubblica italiana)*, Venezia, Marsilio Editori, 2016.

⁹³ S. Colarizi, *Storia dei partiti nell’Italia repubblicana*, Bari, Laterza, 1996, p. 194.

⁹⁴ A. Giovagnoli, *La repubblica degli italiani (2014-2016)*, Bari, Editori Laterza, 2016.

⁹⁵ S. Colarizi, *Storia dei partiti nell’Italia repubblicana*, Bari, Laterza, 1996, p. 196.

che venivano a confessare»⁹⁶. Il lavoro inquisitorio si fece abnorme così, grazie l'allora capo della Procura Francesco Saverio Borrelli, Antonio Di Pietro, Piercamillo Davigo e Gherardo Colombo nacque il pool di "Mani Pulite"⁹⁷. L'XI legislatura fu quella con il maggior numero di inquisiti, in totale furono indagati 4500 soggetti da parte delle autorità giudiziarie, in particolare quella di Milano, di cui vennero promulgate dalle Procure della Repubblica presso i tribunali 851 domande di autorizzazione a procedere, 457 parlamentari furono inquisiti e 1233 imputati furono condannati⁹⁸. Dinanzi a tale circostanza, l'opinione pubblica si schierò a favore del «partito dei giudici», esternando il loro appoggio attraverso graffiti sui muri, striscioni con scritte inneggianti il lavoro dei magistrati, manifestazioni a favore delle indagini e campagne pubblicitarie a favore della Magistratura e denigratorie verso i corrotti. Per quasi due anni, l'interesse dedicato a Tangentopoli assunse le dimensioni di un vero e proprio *saturation coverage*⁹⁹, raggiungendo il picco di copertura nelle prime pagine dei giornali a febbraio e marzo 1993. Nella battaglia contro la partitocrazia, un ruolo importante venne ricoperto dalla televisione. Grazie alla rapida circolazione delle informazioni, le notizie più importanti riuscirono ad arrivare in contemporanea a tutta la popolazione. Le reti Fininvest, in particolare Canale 5, dedicarono durante gli anni di Tangentopoli circa il 40% dello spazio televisivo alle inchieste. All'interno di *Un giorno in pretura*, in onda su Rai 3, venivano trasmesse le udienze degli imputati. L'audience fu altissima: determinate puntate furono viste da più di 4 milioni di spettatori raggiungendo il 16%, cifre solitamente riservate a programmi sportivi o spettacoli. In questi programmi intervenivano avvocati e giudici, che proprio per il grande successo riscosso, utilizzarono un linguaggio più semplice, quasi del tutto privo di termini giuridici, e se *in extremis* fosse stato necessario utilizzarli, essi si prodigavano a spiegarli alla popolazione in modo quasi mediocre.

⁹⁶ Intervento presso Camera dei deputati della Repubblica Italiana, 3 luglio 1992 in A. Giovagnoli, *La repubblica degli italiani (2014-2016)*, Bari, Editori Laterza, 2016.

⁹⁷ M. Travaglio, *Promemoria: la storia d'Italia ai confini della realtà da Tangentopoli a oggi*, Milano, Promomusic, 2009.

⁹⁸ F. Bechis, *Onorevole, l'arresto*, Roma, Newton Compton Editori, 1994.

⁹⁹ Cfr, <https://www.collinsdictionary.com/it/dizionario/inglese/saturation-coverage>.

La sfiducia nelle istituzioni che dominò il clima del 1993, per via delle inchieste giudiziari, rese necessarie azioni rinnovatrici e riforme. Nell'aprile dello stesso anno venne indetto un referendum attraverso il quale veniva chiesto l'istituzione di un sistema uninominale che, in teoria, avrebbe dovuto riprodurre il bipartitismo anglosassone al fine di consentire il fisiologico meccanismo di alternanza tra maggioranza e opposizione,¹⁰⁰. Il nuovo sistema elettorale, noto come Mattarellum, prevedeva che il 25% dei parlamentari venisse eletto attraverso un sistema proporzionale e che il restante 75%, venisse eletto tramite collegio uninominale. Il risultato del referendum fu lampante: il 77% dei votanti si esprime nuovamente a favore di Mario Segni e dei "cattolici referendari"¹⁰¹. Nello stesso anno si votò anche per l'abrogazione della legge sul finanziamento pubblico ai partiti, che si componeva di strumenti come la quota di iscrizione e le raccolte fondi, ma anche di altri metodi ai quali i partiti ricorrevano per autofinanziare le loro attività. Questo tipo di finanziamento venne introdotto tramite la legge 195 del 1976, nota come Legge Piccoli, che in particolare imponeva la presentazione di un "bilancio" da pubblicare su un quotidiano e da comunicare al Presidente della Camera che, in quel frangente, aveva il compito di controllare formalmente, congiuntamente al Collegio di revisori ufficiali dei conti. Tuttavia, questa legge disciplinava anche l'eventuale ricorso al finanziamento privato per i partiti. Nel 1981 venne modificata tramite la legge n.695 che impose il divieto di ricezione di fondi da enti pubblici, società a partecipazione statale o pubbliche amministrazioni. Grazie al referendum del 1993, una percentuale di elettori maggiore al 90% dei votanti si esprime a favore dell'abrogazione della Legge Piccoli, per cui i partiti optarono per una nuova modalità di finanziamento: i rimborsi elettorali¹⁰².

La prima conseguenza di questo nuovo assetto politico-istituzionale fu la crisi del Governo Amato, che diede vita ad una voragine politico-istituzionale di cui si dovette occupare Oscar Luigi Scalfaro, che decise di nominare come successore, l'allora governatore della Banca d'Italia, Carlo Azeglio Ciampi, scelto perché

¹⁰⁰ S. Colarizi, *Storia dei partiti nell'Italia repubblicana*, Bari, Laterza, 1996, p. 198.

¹⁰¹ L. Cafagna, *La grande slavina (L'Italia verso la crisi della democrazia)*, Venezia, Marsilio Editori, 1993.

¹⁰² M. Travaglio, *Promemoria: la storia d'Italia ai confini della realtà da Tangentopoli a oggi*, Milano, Promomusic, 2009.

estraneo al mondo della partitocrazia¹⁰³. Condusse un governo istituzionale, il cui corso sarebbe stato deciso dalla sistematica interpretazione dell'articolo 92 della Costituzione¹⁰⁴. Il rifiuto di intermediazione con i partiti venne supplito da Ciampi, che riuscì a tenere una fitta rete di contatti con le forze politiche. Questo esecutivo fu tanto forte quanto breve: nel 1993 l'opinione pubblica e la magistratura sollevarono la loro contrarietà quando alla Camera Craxi ricevette voti contrari a procedere¹⁰⁵. Nonostante i disappunti, Scalfaro impose di non inaugurare una nuova crisi di governo per portare a termine la riforma elettorale e le manovre economiche¹⁰⁶.

Con la modifica della legge elettorale nel 1993, la partitocrazia e il sistema politico rimasero inerti dinanzi ad una situazione di stallo che si concluderà solamente con la «fine della prima Repubblica»¹⁰⁷. A partire dal 1994, nello scenario politico italiano, esordiranno nuovi partiti che si professeranno estranei ai meccanismi già descritti in precedenza: il più chiaro esempio di queste nuove entità politiche verrà rappresentato da Forza Italia di Silvio Berlusconi.

¹⁰³ M. Gervasoni, A. Ungari, *Due Repubbliche (Politiche e istituzioni in Italia dal delitto Moro a Berlusconi)*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2014.

¹⁰⁴ Art. 92 della Costituzione: «Il Governo della Repubblica è composto del Presidente del Consiglio e dei Ministri, che costituiscono insieme il Consiglio dei Ministri. Il Presidente della Repubblica nomina il Presidente del Consiglio dei Ministri e, su proposta di questo, i Ministri.», cfr, https://www.senato.it/1025?sezione=130&articolo_numero_articolo=92.

¹⁰⁵ Art. 68 Costituzione, «I membri del Parlamento non possono essere chiamati a rispondere delle opinioni espresse e dei voti dati nell'esercizio delle loro funzioni.

Senza autorizzazione della Camera alla quale appartiene, nessun membro del Parlamento può essere sottoposto a perquisizione personale o domiciliare, né può essere arrestato o altrimenti privato della libertà personale, o mantenuto in detenzione, salvo che in esecuzione di una sentenza irrevocabile di condanna, ovvero se sia colto nell'atto di commettere un delitto per il quale è previsto l'arresto obbligatorio in flagranza.

Analoga autorizzazione è richiesta per sottoporre i membri del Parlamento ad intercettazioni, in qualsiasi forma, di conversazioni o comunicazioni e a sequestro di corrispondenza.»

¹⁰⁶ S. Colarizi, *Storia dei partiti nell'Italia repubblicana*, Bari, Laterza, 1996, p. 199.

¹⁰⁷ Ivi, p. 204.

2.3 La legge Mammi e la diffusione del pluralismo visivo e sonoro privato su scala nazionale

Il quadro politico degli anni di transizione vide l'approvazione della legge n. 223 del 1990, la quale mutò radicalmente le disposizioni precedenti in materia di diffusione radiotelevisiva.

Prima di delineare i caratteri di questa norma è doveroso fare alcune premesse. All'interno di una democrazia rappresentativa, come quella italiana, che si edifica sulla base del pubblico sapere, l'esercizio dell'attività informativa assume il ruolo azione imprescindibile per il funzionamento di un buon sistema democratico.

La libertà di acquisizione delle informazioni è il presupposto inderogabile affinché i cittadini possano compiere una scelta autonoma tra tutte le alternative elettorali. Il più ragguardevole e incuneante tra i mezzi di comunicazione di massa moderni è la televisione. L'importanza quest'ultima nell'ambito della circolazione di notizie politiche, venne sancita dal grande interesse del pubblico a garantirne uno sviluppo ed un uso democratico. L'articolo 21 della Costituzione Italiana, infatti, promuove la libertà di manifestazione del proprio pensiero «con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione»¹⁰⁸.

Nell'ambito della disciplina italiana sulla diffusione dei servizi radiotelevisivi, la legge 6 agosto 1990, n. 223 rappresentò un punto di svolta dopo la riforma RAI del 1975¹⁰⁹. La norma in questione, identificata come «Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato», diede adito ad una regolamentazione giuridica in ambito televisivo, che divenne misto: un sistema pubblico e privato la cui essenza viene rappresentata dalla combinazione di una pluralità di soggetti e contenuti. Quanto appena riportato è constatabile dalla lettura dell'art. 1 al secondo comma della “legge Mammi”¹¹⁰, in cui veniva riportato che: «il pluralismo, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni, tendenze politiche, sociali, culturali

¹⁰⁸ https://www.senato.it/1025?sezione=120&articolo_numero_articolo=21.

¹⁰⁹ «La riforma della RAI del 1975 indica la nuova disciplina della Radiotelevisione Italiana disposta con l'emanazione della legge 14 aprile 1975, n. 103. Il provvedimento introdusse nuove norme in materia di diffusione radiotelevisiva in Italia.», cfr., https://it.wikipedia.org/wiki/Riforma_della_RAI_del_1975.

¹¹⁰ «La legge 6 agosto 1990, n. 223 (detta anche legge Mammi dal suo promotore Oscar Mammi allora Ministro delle Poste e Comunicazioni), cfr. https://it.wikipedia.org/wiki/Legge_Mammi.

e religiose delle libertà e dei diritti garantiti dalla Costituzione, rappresentano principi fondamentali del sistema radiotelevisivo che si realizza con il concorso di soggetti pubblici e privati ai sensi della presente legge»¹¹¹.

La norma in questione diede attuazione alla direttiva comunitaria n° 552 del 1989 CEE dal titolo *Televisione senza Frontiere*, generata con lo scopo di propinare una legislazione basilare in materia, a tutti i Paesi membri UE. In particolare, la direttiva si proponeva di premunire la libera circolazione dei servizi di telediffusione nel mercato interno, e contemporaneamente di patrocinare importanti argomenti di interesse pubblico: la protezione dei minori, la diversità culturale, il diritto di rettifica e la tutela dei consumatori. All'interno di questa direttiva venne riservata particolare importanza alla promozione e distribuzione dei programmi televisivi europei, che videro riservarsi una maggiore quota nell'ambito dei programmi trasmessi nelle diverse reti televisive.

La legge Mammì istituì uno specifico regime antitrust contenuto all'articolo 15, il quale sancì il divieto di «posizioni dominanti nell'ambito dei mezzi di comunicazione e obblighi dei concessionari», ed in particolare al quarto comma del medesimo articolo viene stabilito che «le concessioni in ambito nazionale riguardanti sia la radiodiffusione televisiva che sonora, rilasciate complessivamente ad un medesimo soggetto, a soggetti controllati da o collegati a soggetti i quali, a loro volta, controllino altri titolari di concessioni, non possono superare il 25% del numero di reti nazionali previste dal piano di assegnazione e comunque il numero di tre»¹¹².

La norma in questione, al comma 7 del medesimo articolo, pone dei limiti alle concentrazioni tra imprese concessionarie di pubblicità e emittenti radiotelevisive, quindi «qualora i concessionari privati, la concessionaria pubblica o i titolari di autorizzazione ai sensi dell'articolo 38 della legge 14 aprile 1975, n. 103, si trovino in situazioni di controllo o di collegamento nei confronti di imprese concessionarie di pubblicità, queste ultime non possono raccogliere pubblicità per più di tre reti televisive

¹¹¹ http://legislature.camera.it/_bicamerale/rai/norme/1223-90.htm.

¹¹² https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaArticolo?art.progressivo=0&art.idArticolo=15&art.versione=1&art.codiceRedazionale=090G0270&art.dataPubblicazioneGazzetta=1990-08-09&art.idGruppo=2&art.idSottoArticolo1=10&art.idSottoArticolo=1&art.flagTipoArticolo=0.

nazionali, o due reti nazionali e tre reti locali o una rete nazionale e sei locali ivi comprese quelle di cui sono titolari i soggetti controllanti o collegati»¹¹³.

Infine, la legge istituisce la figura del Garante per la radiodiffusione e l'editoria che viene designato dal Presidente della Repubblica, su proposta dei presidenti della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica, con mandato a cadenza triennale.

Il quadro politico all'interno del quale venne approvata la legge Mammì subì profondi mutamenti successivamente agli scandali di Tangentopoli, la «fine della repubblica dei partiti» e la conseguente nascita di Forza Italia e l'inizio dell'avventura politica di Silvio Berlusconi. Questo determinò la presenza di un quadro politico diverso dal precedente, in cui il ruolo dei mezzi di comunicazione di massa aumentò esponenzialmente a discapito dei tradizionali mezzi di comunicazione utilizzati dai partiti¹¹⁴. Nel 1993 la Corte costituzionale emanò la sentenza n. 112 in cui venivano confermate le disposizioni promulgate dalla legge Mammì. Nello stesso anno, venne emanata la legge 25 giugno n. 206 che designò regole nuove per la nomina del consiglio di amministrazione, grazie alla quale viene reso più funzionale e lontano dal controllo delle segreterie dei partiti; quasi sei mesi dopo venne varata la legge n. 515 del 10 dicembre, che disciplinava le modalità di svolgimento delle campagne elettorali, la quale stabilì un limite di quindici giorni antecedenti al voto in cui veniva vietata la trasmissione di spot promozionale e la diffusione di sondaggi elettorali.

La carenza della legge Mammì venne confermata dalla Corte costituzionale che, attraverso la sentenza n°420 del 1994, dichiarò l'illegittimità costituzionale dell'art. 15 al quarto comma. L'articolo in questione permettendo al singolo soggetto di detenere il 25% delle reti nazionali o un massimo di tre reti televisive, non raffigurava metodo che avrebbe potuto arginare le situazioni di concentrazione tra imprese, inoltre pose in essere una grave violazione del principio pluralistico posto alla base dell'articolo 21 della Costituzione italiana¹¹⁵.

¹¹³ Ibidem.

¹¹⁴ P.Mancini, *Il sistema fragile*, seconda edizione, Roma, Carocci, 2002.

¹¹⁵ <http://www.giurcost.org/decisioni/index.html>.

Le ragioni che spinsero Berlusconi a fare il suo ingresso in politica vanno ricondotte a quando il suo impero televisivo, Mediaset, decollò conseguentemente all'approvazione della legge Mammì, che era stata firmata dall'allora Presidente del Consiglio Bettino Craxi, nonché ottimo amico di Berlusconi¹¹⁶. Quando l'ingente peso delle inchieste giudiziarie aumentò sproporzionatamente, il Partito Socialista perse terreno e non potendo più assicurare una valida copertura al Cavaliere, quest'ultimo decise di promuovere in prima persona le sue reti televisive. Le ingenti risorse finanziarie, gli strumenti logistici provenienti da Fininvest ed il carisma che lo contraddistingueva, fecero sì che Berlusconi fece il suo ingresso all'interno della competizione politica nel 1994.

¹¹⁶ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Bari, Laterza, 2007, p. 187.

CAPITOLO TERZO

LA “DISCESA IN CAMPO” DI SILVIO BERLUSCONI E LA NASCITA DI FORZA ITALIA STRUMENTI PROPAGANDISTICI E RIVOLUZIONE COMUNICATIVA

3.1 “La purezza” della figura di un self made man

Le ragioni che spinsero Berlusconi ad entrare nella competizione politica alla fine del 1993 vanno ricercate intorno alla metà degli anni Ottanta, quando le sue reti televisive decollarono grazie alla Legge Mammì.

Silvio Berlusconi nacque a Milano, il 29 settembre 1936. Iniziò a lavorare come imprenditore in campo edilizio. Nel 1975 costituì la Fininvest S.p.a., una società

finanziaria di investimento. Successivamente, nel 1993, fondò Mediaset S.p.a., un'azienda attiva nel campo della comunicazione e dei media; a queste appena citate, avrebbero fatto capo altre società come l'Arnoldo Mondadori Editore e la Silvio Berlusconi Communications. Berlusconi possedeva strumenti organizzativi e risorse finanziarie derivanti in particolare da Fininvest che si componeva di 300 aziende di vario tipo, tutte legate dall'obiettivo di fornire servizi in risposta a bisogni materiali, intrattenimento e informazione alle famiglie ¹¹⁷. Aggregante era anche la cultura aziendale, che poggiava le sue basi nella figura del leader-fondatore, un uomo affascinante, carismatico, in grado di trasmettere ai suoi dipendenti il senso di appartenenza ad un gruppo, inculcando ai militanti del suo partito il medesimo legame.

Dopo le amministrative del 1993, dalle quali le sinistre uscirono vincitrici, Berlusconi spinto dalla voglia di costruire una forza politica capace di arginare i "nemici rossi", decise di mettere in atto una serie di analisi sugli orientamenti dell'opinione pubblica. Da questi sondaggi emerse un forte gradimento per la sua persona. Nel settembre del 1993 a Giuliano Urbani, studioso di politica di stampo liberale e apprezzato accademico, venne affidato il compito di coinvolgere i ceti sociali più elevati nell'associazione «Alla ricerca del buon governo». Nello stesso anno, l'Associazione nazionale Forza Italia (Anfi), a cui vanno ricondotti i club Forza Italia, guidata da Angelo Codignoni, uno dei manager del gruppo Fininvest, divenne famosissima. Così, Silvio Berlusconi decise di inaugurare il primo club il 9 dicembre dello stesso anno a Brugherio, luogo in cui realizzò il suo primo progetto edilizio, optando conseguentemente di fondare il Movimento politico Forza Italia.

Questa organizzazione può essere definita come patito-azienda, poiché l'articolazione di questa poggiò le sue basi sulla capacità di esperti in comunicazione e marketing appartenenti al gruppo Fininvest, i quali adottarono le medesime tecniche di marketing utilizzate all'interno del contesto aziendale per attrarre il consumatore. Il fulcro dell'azione organizzativa fu rappresentato da Publitalia, in quanto i 26 capi di quest'ultima ebbero il compito di selezionare i candidati da proporre alle elezioni del 1994 nella lista di FI. Le figure manageriali a cui venne affidata l'azione di

¹¹⁷ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Bari, Laterza, 2007, p. 207.

reclutamento, dovettero formarsi dal punto di vista politico, quindi parteciparono ad un corso intensivo per accrescere la loro cultura in quel campo, e allo stesso tempo aumentò lo spirito di unione all'interno del contesto aziendale al fine di garantire maggiore fedeltà e devozione al partito stesso. Il successo di Berlusconi va ricondotto all'enorme fama delle sue reti televisive quali Italia 1, Canale 5 e Rete 4 che, con l'aiuto di personaggi dello spettacolo, focalizzarono la loro programmazione in una campagna elettorale a favore di Forza Italia.

Il Cavaliere¹¹⁸ fece il suo ingresso in politica in una fase storica in cui l'Italia era logorata dalle inchieste giudiziarie di Tangentopoli e caratterizzata da instabilità governativa, in ragione del fatto che a governare non vi era più una maggioranza solida, bensì l'attuabilità di un governo veniva decisa dall'appoggio di partiti minori. Berlusconi si mostrò pubblicamente preoccupato, da imprenditore, per la situazione economica del paese, così da rendersi promotore di istanze rivoluzionarie per una nuova società. Il 26 gennaio 1994, dunque, annunciò la sua candidatura alla Presidenza del Consiglio attraverso un video registrato dalla durata di 10 minuti. Egli esordì dicendo: «L'Italia è il Paese che amo. Qui ho le mie radici, le mie speranze, i miei orizzonti. Qui ho imparato, da mio padre e dalla vita, il mio mestiere di imprenditore. Qui ho appreso la passione per la libertà. Ho scelto di scendere in campo e di occuparmi della cosa pubblica perché non voglio vivere in un Paese illiberale, governato da forze immature e da uomini legati a doppio filo a un passato politicamente ed economicamente fallimentare. Per poter compiere questa nuova scelta di vita, ho rassegnato oggi stesso le mie dimissioni da ogni carica sociale nel gruppo che ho fondato. Rinuncio dunque al mio ruolo di editore e di imprenditore, per mettere la mia esperienza e tutto il mio impegno a disposizione di una battaglia a cui credo con assoluta convinzione e con la più grande fermezza»¹¹⁹.

In un set accuratamente studiato, con la luce soffusa, un abbigliamento da imprenditore, sfoggiando un sorriso disinvolto e con le foto di famiglia rivolte verso la telecamera, Silvio Berlusconi rese noto il suo desiderio di entrare in politica. Egli si mostrò agli

¹¹⁸ Termine foggato da Gianni Brera, giornalista sportivo, grazie all'onorificenza a cavaliere del lavoro conferitagli nel 1977 da Giovanni Leone, che allora ricopriva la carica di presidente della Repubblica.

¹¹⁹<https://www.youtube.com/watch?v=B8-uIYqnk5A&t=77s>.

elettori, come il Salvatore che avrebbe portato in sicurezza l'Italia dai "comunisti", che: «Non credono nel mercato, non credono nell'iniziativa privata, non credono nel profitto, non credono nell'individuo. Non credono che il mondo possa migliorare attraverso l'apporto libero di tante persone tutte diverse l'una dall'altra»¹²⁰. Berlusconi riuscì a convincere l'elettorato, grazie al successo in campo lavorativo che egli stesso aveva ottenuto, che prometteva di far raggiungere all'Italia e agli italiani. Il Cavaliere incarnò il sogno americano, il self-made man, un uomo riuscito a costruirsi una carriera lavorativa brillante da solo, senza mai dimenticare il suo legame originario con i ceti medi, nonostante l'immane ricchezza accumulata. «Sono uno di voi», è questo il suo cavallo di battaglia ad ogni apparizione. Si mostrò agli italiani paternalisticamente, disposto al sacrificio, spogliandosi del suo blazer blu e della sua cravatta sartoriale, per difendere gli interessi di quella «azienda Italia», che Berlusconi avrebbe voluto far decollare proprio come ha fatto con le sue¹²¹. L'utilizzo dei sondaggi della Diakron gli consentì di capire ciò che gli elettori avrebbero voluto e, sulla base dei loro desideri, costruire la propria immagine e la propria proposta¹²². Berlusconi incarnò il primo che pubblicamente difese gli italiani, avendo mostrato il coraggio di dire che «gli italiani vanno benissimo così come sono»¹²³.

Si espose come un uomo incline alle difficoltà vissute dai cittadini, manifestando il proprio interesse in prima persona, facendo a meno della mediazione partitica.

Berlusconi "ci mise la faccia", assumendosi le responsabilità delle sue parole, così che la popolazione, sfinita dall'intromissione dei partiti, ripose fiducia nei confronti della sua persona. Egli fece leva sulla sua estraneità al mondo della politica, infatti ribadì più volte: «non sono un politico, Forza Italia non è un partito ed ho i brividi alla schiena quando sento dire che lo è»¹²⁴. Questa risultò una strategia vincente, soprattutto in un paese come l'Italia in cui da oltre cinque anni venivano demonizzati i politici corrotti e

¹²⁰ Ibidem.

¹²¹ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Bari, Laterza, 2007, p.209.

¹²² Ignazi P., *Vent'anni dopo Forza Italia, la parabola del berlusconismo*, Bologna, Il Mulino, 2014.

¹²³ G. Orsina, *Il berlusconismo nella storia di Italia*, Marsilio, Venezia, 2013, p. 97.

¹²⁴ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Bari, Laterza, 2007, p.209.

la partitocrazia. FI fu ideologizzato come un partito estraneo ai «principi astrusi e le ideologie complicate»¹²⁵ che avevano caratterizzato le principali forze politiche della “prima repubblica”. Piuttosto, rappresentava un Movimento politico la cui organizzazione venne messa a disposizione di «elettrici e di elettori di tipo totalmente nuovo»¹²⁶, che credono nel valore della famiglia, del sacrificio lavorativo e nel rispetto per la parola data¹²⁷. Il tratto distintivo di FI rispetto ai partiti precedenti fu la particolare nota personalistica, che lo rese un partito «con una forte ideologia individualista, guidato da un leader carismatico che abbia anche ingenti risorse patrimoniali, e che adoperi intensamente i mezzi di comunicazione di massa come strumento per l'acquisizione del consenso»¹²⁸.

In Forza Italia sono riscontrabili tratti che lo rendono, almeno in parte, accostabile a United We Stand America di Ross Perot. Egli viene considerato il primo esempio di political outsider. Attraverso questa terminologia si vuole identificare un «soggetto che: a) non ha ricevuto il training formativo della politica tradizionale, e non ha svolto il tipico percorso di carriera; b) non condivide le pratiche e i codici comunicativi che sono comuni presso i politici tradizionali; c) è un completo sconosciuto presso il pubblico, oppure è popolare in altri campi, ma non come politico; d) non fa parte dell'establishment che occupa gli spazi della politica di vertice; e) fa leva su logiche, risorse e mezzi differenti rispetto a quelli comunemente utilizzati per la competizione politica»¹²⁹. Perot era un Miliardario texano, fondatore e proprietario di imprese informatiche¹³⁰, gli era stata riconosciuta una minima notorietà dovuta al suo considerevole patrimonio, che successivamente utilizzò per supportare la sua candidatura alle presidenziali americane del 1992. Egli non possedeva alcuna esperienza in campo politico ed era estraneo al sistema istituzionale, proprio come

¹²⁵ Ibidem.

¹²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=B8-uIYqnk5A&t=77s>.

¹²⁷ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica 1943-2006*, Bari, Laterza, 2007, p.210.

¹²⁸ M. Calise, *La personalizzazione del partito politico*, in M. Castagna (a cura di), *Uscire dalla Seconda Repubblica*, Carocci, Roma, 2010, p. 93.

¹²⁹ E. Caniglia, *Berlusconi, Perot e Collor come political outsider: media marketing e sondaggi nella costruzione del consenso politico*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2000, pp. 15-16.

¹³⁰ Henry Ross Perot fondò l'impresa informatica Electronic Data System, che venne successivamente venduta alla General Motors, e Perot System Corporation, Inc., a sua volta venduta alla Dell nel 2009.

Silvio Berlusconi, proprietario di potenti aziende come la Fininvest e della squadra di calcio del Milan.

Berlusconi sfruttò a vantaggio del proprio progetto politico le risorse provenienti dalle proprie imprese, riprendendo *ex novo* il modello americano di Perot per erigere un «partito-azienda», retto su una complicata concatenazione di finanziamenti e di selezione della classe dirigente. Il lavoro di fabbricazione di Forza Italia fu molto più complicato di quanto non fosse stato quello di United We Stand America. Fu necessaria una strutturazione più articolata poiché il carattere parlamentare delle elezioni italiane presumeva la necessità che un intero schieramento, trasversalmente alla vittoria ottenuta nei singoli collegi locali, ottenesse la maggioranza. Mentre le elezioni in un sistema presidenziale, così come quello americano, richiedono della vittoria di un solo candidato.

L'autorevolezza comunicativa di una macchina commerciale come la Fininvest consentì a Silvio Berlusconi di accrescere estremamente le potenzialità di Forza Italia. Le aziende nell'ambito della comunicazione della famiglia Berlusconi «fornirono l'ossatura del personale posto a capo delle attività elettorali e in generale anche i quadri dirigenziali»¹³¹, orientando l'azione propagandistica verso una logica economica. La costruzione e la salvaguardia di FI ruotavano intorno alle risorse provenienti da Fininvest e dalle aziende affiliate tra cui Gruppo Standa, Publitalia e Programma Italia.

Un elemento importante che garantì un corretto funzionamento di Forza Italia fu la creazione della Diakron il 27 settembre 1993, agenzia di ricerca e sondaggi con a capo Gianni Pilo, che in quel momento ricopriva anche il ruolo di responsabile del marketing commerciale presso la Fininvest. Il Cavaliere aveva compreso che il «mercato della politica» era immerso in una fase in cui, non più gli elettori avrebbero dovuto ricercare il partito più affine ai propri interessi, ma i partiti stessi si sarebbero dovuti adattare alle esigenze degli elettori¹³². In questa logica, lo strumento sondaggistico divenne essenziale. La Diakron esercitò tre funzioni: la prima fu quella di individuare

¹³¹ E. Caniglia, *Berlusconi, Perot e Collor come political outsider: media marketing e sondaggi nella costruzione del consenso politico*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2000, p. 140.

¹³² A. Amadori, *Mi consenta. Metafore, messaggi e simboli: come Berlusconi ha conquistato il consenso degli italiani*, Libri Scheiwiller, Milano, 2002, p. 96.

un'eventuale area di consenso a cui si sarebbe dovuta rivolgere, quindi vennero rappresentate delle «aree di mercato elettorale», al fine di collocare il nuovo partito nella scala di polarizzazione e attrarre più elettori; dopo aver rintracciato l'elettorato, la Diakron si preoccupò di aggiornare costantemente i vertici di FI sulle tendenze sociali, che venivano individuate mediante focus group e sondaggi telefonici, al fine di tenere vivo l'interesse durante i discorsi di Berlusconi; la terza funzione si concretizzò nell'attrazione dei media nei confronti del Cavaliere pubblicando i sondaggi sul gradimento della sua persona. L'assetto si presentò in forma nettamente innovativa rispetto alle strutture dei tradizionali partiti a cui gli elettori erano abituati¹³³.

Forza Italia ha rappresentato un particolare tipo di partito personale, in cui l'identità ed esistenza sono inevitabilmente legate alla figura di Silvio Berlusconi, per cui chi fece il suo ingresso nel partito rimase inevitabilmente travolto «all'imprevedibilità delle sue scelte contingenti»¹³⁴. Ciò vorrebbe significare che la sopravvivenza del partito personale, che si sviluppa secondo tali caratteristiche, è fatalmente concatenato alla parabola di vita del proprio leader, poiché all'interno di tale partito non è possibile sviluppare correnti che remino contro la figura del leader né tantomeno che possano tradirlo.

¹³³ M. Calise, *Il partito personale*, Laterza, Bari, 2010.

¹³⁴ M. Prospero, *Il comico della politica, nichilismo e aziendalismo nella comunicazione di Silvio Berlusconi*, Ediesse, Roma, 2010.

3.2 Il lessico politico di Silvio Berlusconi

La capacità comunicativa sfoggiata da Berlusconi fu eccezionale per la probante forza che fu in grado di esercitare sul suo elettorato. Egli fu capace di portare a livelli straordinari la semplificazione comunicativa, che affonda le sue radici nei processi di spettacolarizzazione e personalizzazione della politica degli anni Ottanta. Silvio Berlusconi utilizza un linguaggio vivo, vicino alle persone, meno impostato. Prima della sua discesa in campo una serie di norme che vietavano il trattamento di contenuti di stampo elettorale nelle trasmissioni della televisione di Stato. Nel 1994, quando il Cavaliere fa il suo ingresso in politica, campagna elettorale e programmi televisivi diventano un'unica cosa. Il dibattito politico penetra non soltanto nel campo dell'informazione, ma anche nel mondo dell'intrattenimento.

Berlusconi «Ha postulato il carattere assolutamente positivo del paese reale. Nel far questo e nel modo in cui lo ha fatto, Berlusconi ha rappresentato un unicum in centocinquant'anni di vicenda unitaria, e la sua discesa in campo ha introdotto una cesura storica profonda: prima di lui, dal Risorgimento a oggi, nessun leader politico di primo piano, capace di vincere le elezioni e salire alla guida del governo, aveva mai osato dire in maniera così aperta, esplicita, sfrontata, impudente che gli italiani vanno benissimo così come sono»¹³⁵.

Lo stile comunicativo di Berlusconi può riscontrarsi nella scelta del nome che diede al partito: «Forza Italia», esclamazione peculiarmente calcistica che, in quel caso specifico, divenne emblema della sua vicinanza al popolo. Durante il suo primo discorso a Roma, in merito al problema di chi dovesse governare il paese, esordì dicendo: «Credo che si debba anche portare alla guida del Paese uomini diversi da quelli che fino ad ora l'hanno diretto e amministrato. Io credo che mai come oggi l'Italia abbia bisogno di uomini come con la testa sulle spalle, e quando dico uomini intendo dire, naturalmente, donne e uomini. Uomini che non sappiano soltanto fare bei discorsi, fare

¹³⁵ Giovanni Orsina, *Il berlusconismo nella storia d'Italia*, Marsilio, Venezia, 2013.

bella figura alle tavole rotonde o in televisione, tenere comizi, rispondere alle battute, ma che sappiano invece e soprattutto operare; uomini che sappiano dire bene e chiaro ciò che vogliono fare, ma che sappiano soprattutto trasformare in azioni le loro parole e che abbiano i risultati del loro lavoro a testimoniare questa loro capacità. Uomini che vengano dalla trincea della vita e del lavoro, uomini di speranza, di fiducia, di ottimismo, animati da una gran voglia di fare!»¹³⁶. Inappuntabile oratore, Silvio Berlusconi durante le sue apparizioni ha voluto rimarcare quella cesura con la classe politica precedente che non aveva permesso al paese di migliorare. Inoltre, la sua strategia comunicativa mirata ad un coinvolgimento attivo di chi ascolta, grazie alle continue allusioni al sacrificio e al lavoro, rende possibile una sorta di legame tra un uomo autorevole come Berlusconi e un uomo qualunque, con il quale tutti gli spettatori riescono ad identificarsi. L'attività di coinvolgimento attuata dal Cavaliere può essere riscontrabile nell'uso continuo di termini volti ad interpellare chi ascolta «Vi lascio ai vostri lavori»¹³⁷, «Lo dico a ciascuno di voi che siete qui, che fate politica»¹³⁸.

L'abilità comunicazionale si consolida grazie all'immissione coeva di un lemma e dei suoi sinonimi e dalla reiterazione di nozioni basilari. Come afferma Amedeo Benedetti rifacendosi a Vincenzo Mastronardi «le massime, i proverbi, gli slogan e le parole d'ordine, si impongono non soltanto per il ritmo, la concisione e la capacità evocativa, bensì anche perché rappresentano qualcosa di già universalmente accettato e che sinteticamente e riassuntivamente fanno testo»¹³⁹.

La continua ripetizione di determinati concetti genera verbosità, con cui è più semplice far captare e assimilare quella nozione al destinatario. Questa consuetudine è definibile come accumulazione: ossia una pratica che con l'accostamento di catene di termini, amplifica i messaggi emessi da Berlusconi, rendendoli ridondanti, martellanti, persuasivi e più pressanti¹⁴⁰.

¹³⁶ S. Berlusconi, *L'Italia che ho in mente, i discorsi "a braccio" di Silvio Berlusconi*, Mondadori, Milano, 2000.

¹³⁷ Ivi, p. 126.

¹³⁸ Ibidem.

¹³⁹ A. Benedetti, *Il linguaggio e la retorica della nuova politica italiana: Silvio Berlusconi e Forza Italia*, Erga Edizioni, Genova, 2004.

¹⁴⁰ Ibidem.

Durante i suoi discorsi, il Cavaliere non rinuncia all'uso di termini legati al mondo cattolico, come il richiamo ad un «Miracolo italiano» che egli stesso sperava di realizzare, oppure l'allusione ad una sorta di missione che gli elettori avrebbero dovuto svolgere: «Voi dovete diventare dei missionari, anzi degli apostoli, vi spiegherò il Vangelo di Forza Italia, il Vangelo secondo Silvio»¹⁴¹. Berlusconi possiede il dono di «parlare direttamente al cuore della gente», di dare la risposta giusta al momento giusto, riesce ad interrompersi e riprendersi, sviluppando parti del discorso che fanno leva nel cuore di chi ascolta. Silvio Berlusconi presenta la sua entrata in politica come una necessità: rappresenta un uomo che in una situazione di urgenza, quasi suo malgrado, non entra nel mondo della politica come ambizioso politicante, bensì come un Salvatore.

Il linguaggio di Berlusconi è ricco di figure retoriche. Egli fa largo uso della metonimia¹⁴²: la magistratura diventa «le toghe» e le istituzioni vengono definite «i palazzi». Viene altresì impiegata l'anafora¹⁴³ quando fa riferimento incessantemente all'accostamento «noi vogliamo».

La figura retorica probabilmente più utilizzata dal Cavaliere è l'ironia, che va intesa non tanto come tale, bensì come una strategia. Egli si avvale dell'ironia per velare i veri contenuti dei suoi discorsi. Infatti, l'uso della comicità depotenzia il discorso politico, attenuandolo a tal punto da far apparire, agli occhi del pubblico, Silvio Berlusconi come un uomo comune. L'ironia accorcia le distanze tra Berlusconi e il suo elettorato, crea empatia e fiducia, e nonostante a volte possa risultare eccessiva, (come quando definì Barack Obama «Bello, giovane e abbronzato»¹⁴⁴), non crea alcun imbarazzo. Il Cavaliere è in grado di coinvolgere con il suo modo di comunicare efficace «che rispetta la verità, i sentimenti e i luoghi comuni ma che allo stesso tempo è in grado di rovesciare le evidenze»¹⁴⁵.

¹⁴¹ Ibidem.

¹⁴² «Procedimento linguistico espressivo, e figura della retorica tradizionale, che consiste nel trasferimento di significato da una parola a un'altra in base a una relazione di contiguità spaziale, temporale o causale», cfr, <http://www.treccani.it/vocabolario/metonimia/>.

¹⁴³ «Figura retorica che consiste nel ripetere, in principio di verso o di proposizione, una o più parole con cui ha inizio il verso o la proposizione precedente», cfr, <http://www.treccani.it/enciclopedia/anafora/>.

¹⁴⁴ <https://www.repubblica.it/2008/11/sezioni/esteri/italia-obama/italia-obama/italia-obama.html>.

¹⁴⁵ S. Balassone, *Come cavarsela in tv. Lezioni di linguaggio audiovisivo*, Meltemi, Sesto San Giovanni, 2001.

3.3 Gli strumenti comunicativi della campagna elettorale del 1994

Le elezioni del 1994 rappresentarono un punto di svolta nella storia politica italiana: furono le prime della cosiddetta «seconda repubblica». Nel 1993 mediante un referendum venne cambiata la legge elettorale ed approvato il cosiddetto Mattarellum. Il nuovo sistema elettorale, con cui si votò alle elezioni del 1994, orientava il sistema politico in chiave fortemente bipolare. In questo nuovo scenario, cambiarono anche le modalità per ottenere consenso: i politici per ottenere un feedback positivo da parte degli elettori fecero leva sulle loro doti carismatiche. Ne sarebbe scaturito, così, un nuovo modello di partito, in cui la posizione del leader assunse una prosperante importanza tanto da conquistarsi l'attenzione da parte dei mass media. Già negli anni Ottanta si era assistito al fenomeno di personalizzazione della politica, però in quella fase storica questo non voleva significare la costruzione di un partito personale. Solamente negli anni Novanta, grazie ai congegni «americanizzanti», nacque in Italia un tipo di formazione politica a carattere personale, per mezzo del modello innovativo collaudato da Silvio Berlusconi attraverso la creazione di Forza Italia.

La campagna elettorale di Berlusconi del 1994 dimostrò che anche in Italia era possibile realizzare una strategia comunicativa, sulla base del modello americano di Perot, che si

contraddistingueva per la grande importanza destinata all'immagine del leader del partito. Il Cavaliere fece il suo ingresso in politica utilizzando le stesse tecniche ed approcci che il marketing impiega per attrarre i consumatori del mercato, egli in questo caso si avvalse di tali nozioni per attrarre gli utenti del “mercato elettorale”. Al fine di conquistare gli elettori utilizzò modello MOP¹⁴⁶. La prima fase di tale modello è la *market intelligence* che si propone, attraverso le tecniche di marketing, di studiare il mercato di riferimento. Un altro strumento propagandistico che venne impiegato per la campagna elettorale del 1994 da Silvio Berlusconi fu la creazione delle linee telefoniche 144, denominata «Linea Forza Italia». Grazie a questo strumento si venne a creare un legame diretto tra gli elettori e il partito: le linee durante le telefonate trasmettevano delle voci registrate in cui veniva spiegato il programma elettorale di FI. La fase di precedente alla campagna elettorale risultò quasi indispensabile e si caratterizzò per gli svariati spot elettorali trasmessi sulle reti Fininvest, che annunciavano la pubblicazione dei sondaggi di gradimento sul Cavaliere¹⁴⁷. Egli, in questo modo riuscì ad attirare l'attenzione dei media, facendo a meno della mediazione giornalistica e utilizzando la comunicazione diretta con gli elettori, instaurò un legame empatico con questi. Nel gennaio del 1994 iniziarono ad essere trasmessi, nelle reti Fininvest, spot come «Scendi in campo», per far apprendere agli elettori la presenza del nuovo partito.

Dopo pochi giorni dalla trasmissione del video in cui Berlusconi annunciava la sua candidatura, i sondaggi Diakron registrarono una percentuale di gradimento nei suoi confronti del 26%, a sfavore del 7% di Achille Occhetto leader del PDS. A febbraio del '94, Berlusconi diede vita ad un'alleanza con Umberto Bossi leader della Lega Nord, che nelle regioni del Nord consentirà la creazione del Polo della Libertà. Simultaneamente, sancì un'intesa con Alleanza Nazionale (ex MSI), dalla quale nelle regioni centro-meridionali prese vita il Polo del Buon Governo¹⁴⁸.

Il Cavaliere, per assicurare una copertura privilegiata al programma elettorale di FI e i suoi alleati, nell'ultima settimana avviò una costante trasmissione delle proposte

¹⁴⁶ Un particolare modello di marketing politico impiegato per la costruzione di un partito orientato al mercato.

¹⁴⁷ E. Caniglia, *Berlusconi, Perot e Collor come political outsider: media marketing e sondaggi nella costruzione del consenso politico*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2000, p. 160.

¹⁴⁸ S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica*, 1943-2006, Editori Laterza, Bari, 2011, p. 212.

elettorali di questi. Un'ulteriore strategia che Berlusconi attuò consistette nella politicizzazione dei programmi di intrattenimento, aggirando così la regola dell'equal time¹⁴⁹, destinata ai giornalisti e ai programmi a carattere politico. Furono diversi i personaggi del mondo dello spettacolo che palesarono la loro inclinazione a favore di Berlusconi durante le loro trasmissioni, come Mike Bongiorno e Raimondo Vianello. A ravvicinare la proposta berlusconiana e gli elettori contribuì l'impiego di una forma di comunicazione concretizzata con un linguaggio semplice, tipico delle trasmissioni di varietà che il pubblico riusciva a tranquillamente a comprendere. Non a caso il Cavaliere preferì per le sue apparizioni, i talk-show come il Maurizio Costanzo Show, ai programmi di approfondimento politico. In questo modo, divenne più semplice fare una cernita dei tempi da affrontare, risultando così, più che un comune ospite, il conduttore.

L'ennesima strategia politica che il Silvio Berlusconi mise in atto fu la messa in atto fu l'esaudiente personalizzazione e leaderizzazione dell'offerta politica delle coalizioni, tattica che andò a scapito della coalizione di sinistra capeggiata da Achille Occhetto, i Progressisti¹⁵⁰, che non poteva vantare un leader come Berlusconi. L'esempio emblematico della distanza tra Berlusconi e Occhetto è rappresentato dal dibattito «all'americana» che si tenne il 23 marzo 1994 a *Braccio di Ferro*¹⁵¹, un programma in onda su Canale 5, condotto da Enrico Mentana. Le differenze tra i due leader diedero vita ad uno dei cavalli di battaglia della campagna elettorale di Berlusconi: la differenza tra il “nuovo”, rappresentato da FI, e il “vecchio” incarnato dagli altri partiti, in quel caso dal PDS. Mentre Occhetto si esprimeva con un linguaggio tipico della politica tradizionale, complicato e meno diretto, parlando di disciplina e morigeratezza, Silvio Berlusconi, profetizzava un futuro prospero per il Paese e inculcava fiducia negli elettori. La strategia berlusconiana riuscì ad attrarre l'elettorato così come scaturì dai risultati delle elezioni del 27 e 28 marzo 1994. L'innovativa e martellante campagna elettorale di Berlusconi fece riscuotere il 22,8% dei consensi al Polo della Libertà, che

¹⁴⁹ Cfr, https://it.qwe.wiki/wiki/Equal-time_rule.

¹⁵⁰ «Coalizione elettorale italiana costituita il 1° febbraio 1994. Nelle elezioni politiche di quell'anno, rappresentò l'ala sinistra dello schieramento politico italiano», composta da: PDS, PSI, RS, MCS, PRC, AD, FdV e La Rete, cfr, https://it.wikipedia.org/wiki/Alleanza_dei_Progressisti.

¹⁵¹ <https://www.youtube.com/watch?v=Dq2SMgWW2iw>.

ottenne la maggioranza assoluta alla Camera e quella relativa al Senato, mentre il Polo del Buon Governo ottenne il 16,7%¹⁵².

Forza Italia conquistando il 21% dei consensi, divenne il primo partito, scavalcando il PDS di una percentuale maggiore dello 0,5%. Per quanto riguarda la distribuzione territoriale, le aree dove si registrò una maggiore concentrazione di voti positivi furono il Nord-ovest e le Isole, luoghi caratterizzati da un livello culturale medio-basso e da un basso grado di interesse politico¹⁵³.

Dall'analisi del voto scaturisce che il numero più cospicuo di elettori era rappresentato da donne, in particolare casalinghe, e dai giovani: fasce sociali più fidelizzate alla televisione, quindi più soggette alle azioni propagandistiche a favore del centro-destra. Non è casuale che le reti Fininvest erano dotati di canali televisivi predisposti a quel tipo di utenza: Rete 4 per le casalinghe e Italia 1 per i giovani. Il ruolo pienamente primario che il piccolo schermo rappresentò per Berlusconi come mezzo di ottenimento delle informazioni, fece sì che queste fasce sociali divennero meno permeabili dalle campagne elettorali delle altre forze politiche, che si affidarono principalmente alla stampa. Nel 1994, Silvio Berlusconi varcando le porte di Palazzo Chigi e ottenendo un altro successo alle elezioni europee a giugno dello stesso anno, centrò l'obiettivo che Ross Perot non era riuscito a raggiungere. L'esito positivo registrato dal Cavaliere non riuscì a perdurare nel tempo: il 22 dicembre del 1994 travolto da un avviso di garanzia successivamente ad un'inchiesta della Guardia di Finanza riguardante emissioni di tangenti, il Cavaliere decise di dimettersi e passare il testimone a Lamberto Dini.

A prescindere dalla breve durata del primo governo Berlusconi, l'ingresso di Forza Italia nel sistema politico italiano impresso un nuovo impulso e impartì un'importante lezione, ossia che «la flessibilità e la semplicità sono necessarie nel forgiare alleanze elettorali e che un movimento politico deve potersi riflettere nell'immagine del suo leader»¹⁵⁴.

¹⁵² S. Colarizi, *Storia politica della Repubblica*, 1943-2006, Editori Laterza, Bari, 2011, p. 213.

¹⁵³ E. Caniglia, *Berlusconi, Perot e Collor come political outsider: media marketing e sondaggi nella costruzione del consenso politico*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2000, p. 172.

¹⁵⁴ L. Gray, W. Howard, *Forza Italia. Il partito americano*, in M. Fedele, R. Leopardi (a cura di), *La politica senza i partiti*, Seam, Roma, 1996.

CONCLUSIONI

Il berlusconismo rappresentò un *unicum* nell'ambito della comunicazione politica. Il Cavaliere, grazie alle risorse di cui riuscì a servirsi, creò un modello propagandistico totalmente nuovo e inesplorato. Se si volesse fare un confronto con i mezzi utilizzati dalla Democrazia Cristiana durante le diverse campagne elettorali analizzate all'interno del lavoro, questi risulterebbero efficaci per il tempo in cui vennero attuate, ma obsolete rispetto agli strumenti utilizzati da Silvio Berlusconi. Forza Italia rappresentò, per diversi aspetti, l'unico partito immesso sulla scena politica da un importante gruppo aziendale, il cui capo assunse anche il ruolo di leader. La campagna elettorale portata avanti da Berlusconi incentrata sulla figura del self-made man, estraneo ai meccanismi politici oscuri della vecchia classe dirigente, concretizzò in maniera del tutto inaspettata la personalizzazione della politica degli anni Ottanta. Tale fenomeno, che non riuscì ad imporsi all'interno della Democrazia Cristiana, rappresentò per quest'ultima un punto a sfavore per la racconta di consenso. La DC abbandonò lo scenario politico, travolta dagli scandali subito dopo la stagione di Tangentopoli. Quest'ultima dovuta sicuramente all'imponente centralità assunta, nel panorama della comunicazione dei partiti, dalla televisione alla metà degli anni Novanta. Eppure, il deterioramento del partito democristiano affonda radici più lunghe del 1992: i fenomeni sociali degli anni Settanta che hanno portato ad una laicizzazione dell'elettorato, la fine della Guerra Fredda ed infine la stagione delle inchieste giudiziarie, che rappresentò l'ultima fase. L'abilità comunicativa dei democristiani è da ricercare negli slogan utilizzati da partito al fine di colpire gli elettori: frasi nette, quasi imposizioni delle volte. Anche la DC ha intrapreso la sua campagna elettorale in televisione, facendo partecipare i suoi massimi

esponenti ai programmi televisivi a carattere politico e ai talk show. Tuttavia, ciò non è da considerarsi come un fenomeno comunicativo innovativo concepito dalla Democrazia Cristiana, ma piuttosto come un adeguamento alla graduale modernizzazione del modo di fare propaganda politica. Ciò non è riscontabile nel modello ideato da Silvio Berlusconi, il quale facendosi portavoce del modello americano utilizzato da Ross Perot, è riuscito a creare un vero e proprio mercato dell'offerta politica, all'interno del quale il consumatore-elettore poteva usufruire dei "prodotti" politici da cui veniva attratto.

BIBLIOGRAFIA

ACQUAVIVA G., MARCHI M., POMBENI P., (a cura di), *Democristiani, cattolici e Chiesa negli anni di Craxi*, Marsilio, Venezia, 2018.

AMADORI A., A. Amadori, *Mi consenta. Metafore, messaggi e simboli: come Berlusconi ha conquistato il consenso degli italiani*, Libri Scheiwiller, Milano, 2002.

BALASSONE S., *Come cavarsela in tv. Lezioni di linguaggio audiovisivo*, Meltemi, Sesto San Giovanni, 2001.

BARBACETTO G., TRAVAGLIO M., GOMEZ P., *Mani pulite (La vera storia)*, Milano, Chiarelettere Editore, 2012.

BECHIS F., *Onorevole, l'arresto*, Roma, Newton Compton Editori, 1994.

BENEDETTI A., *Il linguaggio e la retorica della nuova politica italiana: Silvio Berlusconi e Forza Italia*, Erga Edizioni, Genova, 2004.

BERLUSCONI S., *Discorsi per la democrazia*, Mondadori, Milano, 2001.

BERLUSCONI S., *L'Italia che ho in mente, i discorsi "a braccio" di Silvio Berlusconi*, Mondadori, Milano, 2000.

BIANCHI L., *Il divorzio dei cattolici, sconfitti due volte nel referendum*, "Europa", 12 maggio 2014.

BIANCO G., *La Balena bianca. L'ultima battaglia 1990-1994*, Rubettino, Soaveria Mannelli, 2011.

BONSANTI S., «De Mita e Forlani già ai ferri corti», in «la Repubblica», 02 aprile 1989.

CALFAGNA L., *La grande slavina (L'Italia verso la crisi della democrazia)*, Venezia, Marsilio Editori, 1993.

CALISE M., *Il partito personale*, Laterza, Bari, 2010.

CALISE M., *La personalizzazione del partito politico*, in M. Castagna (a cura di), *Uscire dalla Seconda Repubblica*, Carocci, Roma, 2010.

CANIGLIA E., *Berlusconi, Perot e Collor come political outsiders: media marketing e sondaggi nella costruzione del consenso politico*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2000.

CAPOZZI E., *Partitocrazia: il regime italiano e i suoi critici*, Guida, Napoli, 2009.

CAPPERUCCI V., *La storiografia del giorno dopo. Il dibattito sulla crisi della Democrazia Cristiana negli anni Novanta*, Il Mulino-Rivisteweb, Ricerche di storia politica, Bologna, 2 giugno 2002.

COLARIZI S., CRAVERI P., PONS S., QUAGLIARIELLO G, (a cura di), *Gli anni Ottanta come storia*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2004.

COLARIZI S., GERVASONI M., *La cruna dell'ago (Craxi, il partito socialista e la crisi della Repubblica)*, Bari, Editori Laterza, 2005.

COLARIZI S., *Storia politica della Repubblica. 1943-2006: Partiti, movimenti e istituzioni*, Laterza, Roma 2006.

COLARIZI S., GERVASONI M., *La tela di penelope. Storia della Repubblica*, Editori Laterza, Bari, 2012.

COTTA M., ISERNIA P., *Il gigante dai piedi d'argilla: la crisi del regime partitocratico in Italia*, Il Mulino, Bologna, 1996.

CRAVERI P., *L'arte del non governo: L'inarrestabile declino della Repubblica italiana*, Marsilio, Venezia, 2016.

CRAVERI P., *La repubblica dal 1958 al 1992*, Torino, Utet, 1995.

FUCILLO M., *“DC, tra Andreotti e De Mita è scoppiata la guerra fredda”*, in «la Repubblica», 25 giugno 1987.

GALLI I., *Dalla I alla II repubblica: studio di dell’evoluzione delle rappresentazioni sociali dello stato italiano e delle democrazie*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2001.

GALLI I., DELLA LOGGIA E., *Tre giorni nella storia d’Italia*, il Mulino, Bologna, 2010.

GERLAVASONI M., *Storia d’Italia degli anni Ottanta: quando eravamo moderni*, Marsilio, Il Mulino, Bologna, 2010.

GERVASONI M., UNGARI A., *Due Repubbliche (Politiche e istituzioni in Italia dal delitto Moro a Berlusconi)*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2014.

GIAMPAGLIA G., *La partecipazione nei partiti politici*, F. Angeli, Milano, 1989.

GIOVAGNOLI A., *Il partito italiano. La democrazia cristiana dal 1942 al 1994*, Laterza, Roma, 1996.

GIOVAGNOLI A., *La Repubblica degli Italiani 1946-2016*, Editori Laterza, Bari, 2016.

GIOVAGNOLI A., PONS S. (a cura di), *L’Italia repubblicana nella crisi degli anni Settanta*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2003.

GRASSO A., *Al paese dei Berlusconi*, Garzanti, Milano, 1993.

GRAY L., HOWARD W., *Forza Italia. Il partito americano*, in M. Fedele, R. Leopardi (a cura di), *La politica senza i partiti*, Seam, Roma, 1996.

GRAZIANO L., *Clientelismo e sistema politico. Il caso dell'Italia*, Franco Angeli, Milano, 1979.

GRILLI DI CORTONA P., *Il cambiamento politico in Italia: dalla I alla II repubblica*, Carrocci, Roma, 2007.

IGNAZI P., *Vent'anni dopo Forza Italia, la parabola del berlusconismo*, Bologna, Il Mulino, 2014.

IMPAGLIAZZO M., (a cura di), *La nazione cattolica. Chiesa e società in Italia dal 1958 a oggi*, Guerini e associati,

LUPO S., *Antipartiti*, Donzelli, Roma, 2013.

MAGATTI M., *"Tangentopoli" (una questione sociale)*, il Mulino, Bologna, 1996.

MANCINI P., *Il sistema fragile*, seconda edizione, Roma, Carocci, 2002.

NOVELLI E., *La Turbopolitica*, BUR, Milano, 2006.

ORSINA G., *Il berlusconismo nella storia d'Italia*, Marsilio, Venezia, 2013.

ORSINA G., *Storia delle destre nell'Italia repubblicana*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2014.

PROSPERO M., *Il comico della politica, nichilismo e aziendalismo nella comunicazione di Silvio Berlusconi*, Ediesse, Roma, 2010.

ROMANO S., *Libera Chiesa. Libero Stato? Il Vaticano e l'Italia da Pio IX a Benedetto XVI*, Longanesi & C., Milano, 2005.

SABBATUCCI G., VIDOTTO V., *Storia contemporanea, il Novecento*, Edizioni Laterza, Bari, 2008.

SARACENO C., *Ideologia religiosa e conflitto sociale*, De Donato, Bari, 1970.

SCOPPOLA P., *La repubblica dei partiti. Profilo storico della democrazia in Italia (1945-1990)*, Il Mulino, Bologna, 1991.

SORICE M., *“La comunicazione politica”*, Carocci Editore, Roma, 2011.

STABILE A., *De Mita presenta la grande riforma*, «la Repubblica», 16 maggio 1987.

TRAVAGLIO M., *Promemoria: la storia d'Italia ai confini della realtà da Tangentopoli a oggi*, Promomusic, Milano, 2009.

VENTRONE E., *Il nemico interno. Immagini, parole e simboli della lotta politica italiana del Novecento*, Donzelli Editor, Roma, 2005.

SITOGRAFIA

<http://elezionistorico.interno.it/index.php?tpel=C&dtel=20/06/1976&tpa=I&tpe=A&lev0=0&levsut0=0&es0=S&ms=S>.

http://legislature.camera.it/_bicamerali/rai/norme/1223-90.htm.

http://web.tiscalinet.it/cdu_torino/manifesti%20DC/022g.jpg.

<http://www.giurcost.org/decisioni/index.html>.

<http://www.socialisti.net/SOCIALISTI/craxi2.htm>.

<http://www.treccani.it/enciclopedia/anafora/>.

<http://www.treccani.it/vocabolario/metonimia/>.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaArticolo?art.progressivo=0&art.idArticolo=15&art.versione=1&art.codiceRedazionale=090G0270&art.dataPubblicazioneGazzetta=1990-08-09&art.idGruppo=2&art.idSottoArticolo1=10&art.idSottoArticolo=1&art.flagTipoArticolo=0

<https://www.ilpopolo.news/la-storia-della-democrazia-cristiana-spot-di-propaganda-e-locandine/>.

<https://www.repubblica.it/2008/11/sezioni/esteri/italia-obama/italia-obama/italia-obama.html>.

https://www.senato.it/1025?sezione=120&articolo_numero_articolo=21.

https://www.senato.it/1025?sezione=130&articolo_numero_articolo=92.

ABSTRACT

The following report has the aim to focus on the metamorphosis of the political campaign during the transition from the “First Republic” to the “Second Republic”, dealing with the analysis of the two most emblematic parties: the “Democrazia Cristiana” and “Forza Italia”. It is mainly a survey which goes from 1979, a year characterized by the murder of the demochristian leader Aldo Moro, till the political election in 1994. This historical excursus has been thought in order to point out the differences of propaganda methods used by the two parties (DC and FI) to gain the popular agreement.

In the first Chapter the social, political and historical phenomena have been analyzed, starting from the end of the 70’s, when a sort of laicization of a part of voters had assured stability to the demochristian party into the Italian Parliament. A great importance in political action of those years was played by the Television: its frequent use during the election campaigns, has made possible a large diffusion of the political programs since, thanks to it, the voters could be reached easily in their own homes. Moreover, the ways used by the DC party during its campaigns of 1983 and 1987 have been analyzed.

In the second Chapter, this study has focused on the period of transition from the “First Republic” to the “Second” one. The aim of this analysis is to point out the historical and political phenomena which have destroyed the old party state, keeping always in mind the main aim of this report: the communication differences of three different chronological periods.

During the early 90’s, the stability of the DC party was questioned by the birth of different ways of thinking of various political figures inside the same party. The ideological differences and the strong personalities of Giulio Andreotti and Ciriaco De Mita have made impossible a customization of the DC politics as happened, on the contrary, in the 80’s.

Furthermore it is proposed an evaluation of the phenomena which interested the period of “Mani Pulite” investigation. A particular attention has been devoted to the law n°223 of 6th August 1990, better known as the “legge Mammì”, which has stopped the RAI broadcasting monopolization, allowing the development of private broadcasters at a national level.

In the third and last Chapter it has been analyzed the new propagandistic method introduced by Silvio Berlusconi with Forza Italia party. 26th January 1994, announcing his entering into the politics, thanks to his enormous economic and broadcasting resources, Berlusconi launched a new communicative model, unknown till that historical period.