

# PROIBIZIONISMO ELETTORALE

MASSIMO TEODORI

L'offensiva della parte più oltranzista della maggioranza e del governo per una legge cosiddetta della *par condicio*, che vieta la propaganda televisiva nei trenta giorni precedenti le elezioni, dà l'idea di una scomposta agitazione di chi si sente alle corde e pensa di uscirne con espedienti. L'eguale condizione dei punti di partenza delle forze politiche e dei candidati è elemento essenziale in democrazia per una contesa elettorale che sia equa; ma non la si può ottenere con proibizionismi unilaterali escogitati attraverso pretestuosi marchingegni *ad personam* volti a colpire l'avversario del momento.

La proposta governativa è a tal punto faziosa che autorevoli osservatori del centrosinistra - i politologi Giovanni Sartori e Gianfranco Pasquino e i parlamentari ds Franco Debenetti e Andrea Manzella - l'hanno condannata mettendone in rilievo l'inutilità e l'incongruenza. A me pare, tuttavia, che finora pochi abbiano messo a fuoco la principale condizione per conseguire la *par condicio* che sta nel rapporto tra soldi e partiti, i cui tanti aspetti ho avuto modo di mettere in rilievo in un recente libro che analizza il costo della democrazia e il finanziamento della politica.

Gli spot - si sostiene - sarebbero accessibili solo ai più ricchi e perciò distorcerebbero le elezioni, tanto più in quanto il proprietario delle maggiori tivù private è il capo del centrodestra. La faziosità di tale ragionamento sta nel fatto che non si analizzano con altrettanta chiarezza anche le altre risorse utilizzate in politica. Perché, ad esempio, non si dibatte della carta stampata sovvenzionata dallo Stato con una sessantina di miliardi l'anno? Si ignora che l'*Unità* e il *Secolo*, e persino *La Discussione*, la *Voce repubblicana* e altri foglietti clandestini ricevono decine di miliardi dal contribuente? La sovvenzione ai giornali di partito non determina forse una *impar condicio*? E non è una disuguaglianza quella provocata dal possesso di immobili accumulati dai Democratici di sinistra come strumento capillare con le migliaia di sedi e case del popolo? E che dire dei funzionari di partito spesso retribuiti con le pensioni pagate dai soldi pubblici grazie a leggi truffaldine costate allo Stato centinaia di migliaia di miliardi? E, ancora, che dire delle strutture sindacali che mettono a disposizione dei partiti di riferimento militanti e reti organizzative?

Come si vede, le condizioni impari stanno da molte parti, e non solo nel possesso e nell'uso delle televisioni private. Allora, se si vuole davvero assicurare una democratica uguaglianza dei punti di partenza che deve riguardare sia gli attori politici che sono già sulla scena che i nuovi che vogliono entrare, sia le forze politiche che usano la comunicazione televisiva perché si rivolgono direttamente all'opinione pubblica che quelle più tradizionali basate sull'organizzazione delle sedi e degli attivisti e che sono intrecciate con il potere nazionale e locale, occorre considerare quella che è la risorsa a cui sono riconducibili tutte le altre risorse: il denaro.

La vera ricetta per tentare di ottenere la *par condicio* è di disciplinare non tanto le risorse accessorie dell'attività politica e delle campagne elettorali quanto la risorsa principale, quella finanziaria. Ma mentre sarebbe del tutto inutile agire sulle entrate dei partiti, non lo è invece dal lato delle uscite. L'obiettivo per una autentica *par condicio* è di porre limiti ben precisi alle spese elettorali per ciascun candidato e per ciascuna forza politica, di allestire strumenti efficaci per controllarle e per sanzionare duramente i trasgressori. Del resto è questa la strada maestra percorsa dagli altri Paesi occidentali, a cominciare dalla Gran Bretagna in cui funziona egregiamente tanto da impedire la lievitazione dei costi politici. Se poi, nei limiti di spesa stabiliti, che non devono essere troppo bassi perché indurrebbero ai sotterfugi, alcuni partiti vogliono comprare spot e altri fare il mailing, altri ancora pagare i funzionari e i militanti, utilizzare l'informatica o affiggere milioni di manifesti, questi sono fatti che riguardano le scelte di ciascuna forza politica.

Vero è che il problema non finisce con l'introduzione dei tetti di spesa e con il loro rispetto. Certo, il bene informazione radiofonica e televisiva è oggi un bene primario per la politica e quindi deve essere ben inquadrato all'interno della regolamentazione dei soldi per la politica. Basterebbe che fossero disciplinati il costo e il numero degli spot di propaganda elettorale nonché il diritto paritario di accesso in tutte le reti televisive private e pubbliche.

Perché, in verità, oggi la maggiore fonte di *impar condicio* in Italia è proprio la Rai, il cui uso strumentale da parte delle forze della maggioranza è noto soprattutto nella alluvione delle trasmissioni collaterali che vanno in onda tutto l'anno e che rappresentano la vera propaganda partitica ben più delle ormai algide e inutili tribune elettorali. Ma questo è un argomento su cui val la pena di tornare in un altro momento.

"IL GIORNALE"

4 agosto 1999

(E)