

$$\frac{A_{14}}{65}$$

Le campagne elettorali

Passato, presente e futuro

Emma Mana, Lorenzo Bernardi
Arjuna Tuzzi, Venera Tomaselli
Domenico Fruncillo, Scipione Novelli

a cura di
Scipione Novelli



Copyright © MMV
ARACNE EDITRICE S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

00173 Roma
via Raffaele Garofalo, 133 A/B
(06) 93781065

ISBN 88-548-0236-0

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

I edizione: settembre 2005

Introduzione

Questo agile, e spero interessante, piccolo volume, trae origine da un *workshop* tenutosi nel Dicembre 2003 preso l'isola di San Servolo, ove si trova la sede della Venice International University, presso la quale, dal 18 al 20 di quel mese, si svolse l'VIII Convegno Internazionale della Società Italiana di Studi elettorali, intitolato *Le campagne elettorali*. Seguendo la tradizione della Società, che non ha mai direttamente pubblicato gli atti dei suoi convegni e seminari, sebbene siano moltissime ormai, in venticinque anni di vita della Società stessa, le pubblicazioni che si riferiscono direttamente alle sue attività scientifiche ho, fatto un primo *editing* dei contributi a quel workshop, tuttavia deciso di chiedere ospitalità ad Aracne, che ci ha offerto i suoi servizi, per pubblicare i risultati di un *workshop* che in quell'occasione io diressi, dalla esatta intitolazione *Questioni di metodo e nuovi problemi, workshop* che, rispettando la ben consolidata tradizione della società circa gli studi autenticamente interdisciplinari tra scienziati politici, sociologi pure della politica, storici, metodologi, quantitativi oppure, o anche, qualitativi, giuristi, economisti, e chi più ne ha, più ne metta, si è rivelato essere un interessantissimo crocevia di esperienze di ricerca, ed umane, differenti, tutte altamente simpatetiche, il che è garanzia del buon risultato di un lavoro comune, nonché di contributi scientifici di pregio. Questo è accaduto in tutti i precedenti Convegni Internazionali, ed anche in quest'ultimo, ovviamente centrato sulla fenomenologia delle campagne elettorali, in un ampio spettro di soggetti, e metodologie. Si va quindi, nel contenuto del piccolo volume, da un saggio sulle campagne elettorali dell'Italia liberale, letto naturalmente in chiave storica, ad un altro su una particolare forma di elezione, quella di un nuovo Rettore di una prestigiosa Università italiana, dovuto ad una coppia di metodologi statistico-quantitativi, un altro a una ricostruzione degli utilizzi che si fanno delle statistiche sociali nella nostra continuamente evolvente Unione Europea, dovuto anch'esso ad una giovane metodologa, un altro ancora sul sempre più spinoso problema della partecipazione elettorale di un giovane politico-

logo, ed infine un mio saggio relativo ai più recenti sviluppi dell'ICT, esaminati in chiave sia di scienza politica, che di sociologia politica, in Italia e soprattutto, ovviamente, all'estero. Il tutto, ripeto, nella linea di multidisciplinarietà propria della SISE. E, ripeto in questa occasione quanto accennato prima, date le notevoli qualità umane messe in mostra dai partecipanti al *workshop*, tra i quali, cosa che mi ha fatto particolarmente piacere, la maggioranza tra i presenti, tre, erano, e senza dubbio sono, donne che, oltre alle qualità scientifiche, con la loro gentile presenza hanno fatto sì che quella ben preparata occasione d'incontro si risolvesse tanto felicemente. Felicità, scientificamente parlando, della quale si tenta di far compartecipi i nostri pochi lettori.

Taluno potrebbe contestare la duplice scelta della Società, della quale mi faccio vanto di appartenere da sempre, sin dalla fondazione, essendo poi entrato, proprio alla vigilia di questo 2005, nel suo Comitato Scientifico-Direttivo. Ma sbaglierebbe. Infatti, la scelta di non pubblicare direttamente gli atti ha da sempre stimolato i soci della stessa, come in questa occasione, a rivolgersi personalmente ad editori del settore politico-sociale con una frequenza probabilmente assai superiore a quella consentita dalla semplice pubblicazione degli atti. La seconda scelta, quella della interdisciplinarietà, è altrettanto assolutamente incontestabile. La possibilità di investigare il medesimo ambito fenomenico da diversi punti di vista, sia metodologici che storici, che ambientali, fa sì che la Società non soffra del deprimente specialismo del quale soffrono troppe società scientifiche, strettamente limitate al loro campo di ristretta specializzazione, si potrebbe dire in alcuni casi di provincializzazione, se questo non apparisse offensivo alle orecchie di non pochi colleghi universitari. Questa duplice scelta contribuisce a mantenere realmente viva e vivace la Società, della quale mi limito a sottolineare la capacità di organizzare convegni nei quali si deve sempre rimpiangere di non possedere il dono dell'ubiquità, per seguire in contemporanea più d'uno dei sempre interessanti *workshop* nei quali i convegni stessi sono articolati. E questo si è puntualmente verificato anche nel Dicembre 2003. Il ritardo della pubblicazione è dovuto esclusivamente all'anticipato scadere dei termini per i contributi di pubblicazione occorso nel 2004, che mi ha impedito di procedere più tempestivamente alla pubblicazione. Alla quale siamo tuttavia finalmente, e felicemente, arrivati, grazie ad Aracne, avendo anche avuto il

modo di aggiornare adeguatamente, là dove necessario, in nostri multidisciplinari, in diversi contesti, contributi.

Va osservato che, dagli anni Novanta, grazie all'iniziale contributo di Pippa Norris, il concetto di campagna elettorale è andato mutando in modo significativo. Ormai, chi si occupa del tema, sa perfettamente come l'irrompere sulla scena dei mezzi di comunicazione elettronica abbia determinato un ulteriore allungamento dei tempi della campagna. Si veda infatti come Norris (ad es. 1999, 22–23) insista sul concetto di *long campaign*. Ma non bisogna farsi ingannare dai termini. Quando si parla di elettronica nei mezzi di comunicazione di massa, non ci si deve far fuorviare considerando soltanto la televisione o, peggio ancora, Internet. In realtà il primo mezzo di comunicazione elettronico di massa fu la radio. E qui non si allude certo all'uso, peraltro indubbiamente efficace, che fu fatto di tale mezzo da leader autoritari o totalitari, come Mussolini, Stalin o Hitler, ma anche da leader sinceramente democratici, e avversi ai precedenti, come Franklin Delano Roosevelt. Le "Conversazioni accanto al caminetto" del quale contribuirono in modo determinante a farlo diventare primatista in termini di rielezioni per un presidente, per ben quattro volte. Cosa che indusse i legislatori americani, dopo la sua morte, ad approvare uno dei numerosissimi emendamenti alla loro Costituzione, nata "corta", come direbbero i costituzionalisti, ma diventata prima lunga e poi lunghissima, proprio grazie agli emendamenti. Emendamento, quello qui considerato, che poneva, e tuttora pone, un limite al numero massimo di mandati presidenziali consecutivi, ovvero due. Il che la dice lunga sul fatto che nel 1945 fosse già percepito come la comunicazione elettronica, allora ancora in qualche modo, e misura, infante, avrebbe potuto influenzare la vita politica di un Paese. La televisione, dunque, nonostante una differente considerazione da parte dei cosiddetti "critici", non ha fatto che confermare, ed ampliare, l'influenza già esercitata dalla radio.

Il prolungarsi della campagna elettorale ben oltre i limiti legali che, ovunque, la confinano in genere tra i trenta e i novanta giorni prima del voto, non è sicuramente un fatto degli anni Novanta del XX secolo, ma è incominciata almeno una quarantina d'anni prima. E si può dire che sia una tendenza che si è messa in atto ormai già dalla fine dell'Ottocento, sebbene la platealità del fenomeno sia assai più recen-

te. Tuttavia, proprio negli Stati Uniti, l'affermarsi progressivo, ed ormai pienamente consolidato, del metodo delle "primarie", ha portato naturalmente ad un allungamento del periodo elettorale vero e proprio, *stricto sensu*, che va dalle *Conventions* dei due maggiori partiti, due maggiori partiti presenti ormai solo a livello federale, o di Regno Unito, nei due principali Paesi anglofoni, al momento del voto. Per non parlare del periodo di preparazione alle primarie, soprattutto del partito che, in un determinato momento, si trova all'opposizione, che vede lunghe sfide tra i potenziali candidati all'elezione, che iniziano, ma solamente in modo formale, con le elezioni primarie del New Hampshire, nel Gennaio dell'anno elettorale. Tali primarie quindi spostano il limite strettamente "legale" della campagna, anticipandolo di quasi un anno, visto che normalmente le elezioni presidenziali, negli Stati Uniti, si tengono attorno alla metà di Novembre. Naturalmente, come già accennato, il *campaigning* dei candidati comincia ben prima di quelle primarie di gennaio, prolungando decisamente così l'anno, indicato da Pippa Norris, che dovrebbe caratterizzare la *long campaign*. E siamo proprio noi italiani a dover testimoniare, anche in queste settimane, che la campagna elettorale per le prossime elezioni non solo regionali ed amministrative, ma addirittura per quelle parlamentari, regolari, del 2006, è già incominciata. A incominciare dall'allontanamento, nel mondo dell'informazione di Mediaset di uno stimabile, e quindi neutrale, professionista come Enrico Mentana, per favorire il tentativo di rimonta, miseramente naufragata, dell'attuale leader di Forza Italia. Se poi, come qualcuno vocifera, anche questa legislatura della seconda fase della Repubblica dovesse risultare accorciata, allora l'attuale campagna elettorale servirebbe anche per le elezioni parlamentari, e sarebbe quindi stata lanciata ben otto, o più mesi, prima delle elezioni. Vediamo come anche qualcosa di analogo, e quasi ancor più pronunciato, dato che le prime avvisaglie risalgono alla scorsa primavera, accada in Gran Bretagna, ove il premier Tony Blair si è messo già da tempo in campagna elettorale, quando il suo termine naturale di scadenza mandato avrebbe dovuto essere nell'aprile 2005. E, a stretto termine di legge, egli avrebbe dovuto occuparsene soltanto all'inizio della primavera di questo anno. Non soltanto. Ritornando al caso degli Stati Uniti, si può considerare come in questo Paese la campagna elettorale sia diventata *quasi continuous*, e non semplicemente *long*, in

ragione del fatto che le camere vengono, costituzionalmente, parzialmente ricambiate mediante le cosiddette *mid term elections*. Ovvero si vota per un ricambio, totale o parziale, sia della Camera dei Rappresentanti che del Senato, ogni due anni. E tali elezioni interferiscono, inevitabilmente, dato che il loro intervallo è il primo sottomultiplo della durata del mandato presidenziale, quattro anni, appunto con la già citata, assai prolungata, campagna per le elezioni, appunto, presidenziali. Si potrebbe tranquillamente continuare con gli esempi, ma non è necessario. Mi pare proprio che si possa avanzare, a questo punto, una proposta di generalizzazione empirica. Detta concisamente, quando delle strutture democratiche, o meglio, elettivo-rappresentative, istituzionali si vanno consolidando, le relative campagne elettorali si prolungano, tendenzialmente senza misura.

Tale generalizzazione empirica, per ora solamente ipotizzata, tuttavia su basi non fragili, giustifica la pubblicazione di questo piccolo libro. Che non pretende certo di investigare un fenomeno di tale portata in tutti i suoi possibili aspetti, ma semplicemente di portare alcuni elementi di chiarezza circa diversi problemi che le campagne, di ieri e di oggi, nonché con lo sguardo rivolto anche al prevedibile futuro, concretamente presentano. E credo che i contributi di questo libro riescano in questa opera di chiarificazione di un pur ristretto insieme di problemi posti dallo sviluppo storico ed istituzionale delle campagne elettorali. Naturalmente saranno i venticinque lettori di questo piccolo volume a confermare, o smentire, questa mia, credo realmente non infondata, impressione. Comunque la mia gratitudine va ai giovani, quale più, quale meno, tutti validi contributori, e all'editore, che generosamente ha consentito a loro, e anche a me, di accedere a un tanto crescentemente prestigioso insieme di pubblicazioni.

Milano, Maggio–Luglio 2005

Scipione Novelli

Riferimenti

Norris (1999) Pippa, et al., *On message: Communicating the Campaign*, London, Sage.

Emma Mana*

Le campagne elettorali nell'Italia liberale

Una proposta di periodizzazione

The aim of this essay is to point out the approach and the sensitivity most often meant for historical research to the subject-matter dealt with. It is also the opportunity for an organic rationalization of the considerations given in the last five years to the subject of electoral mobilization and “electoral campaign” in liberal Italy. These considerations have gradually expanded the chronological arch from the stage of limited and extended suffrage to the moment of the final crisis of

* Desidero ringraziare il professor Scipione Novelli per avermi offerto l'opportunità per una sistemazione organica di una riflessione condotta negli ultimi cinque anni sul tema della mobilitazione e della campagna elettorale nell'Italia liberale, approdata a svariati contributi. Un ringraziamento particolare devo agli amici Pier Luigi Ballini e Maurizio Ridolfi che mi hanno coinvolto nel loro progetto di *Storia delle campagne elettorali*, dandomi l'opportunità di approfondire un fronte di interesse che in passato avevo toccato solo tangenzialmente; a tutti gli amici e colleghi con i quali ho avuto occasione di confrontarmi e discutere in questi anni, nel corso di incontri e seminari in Italia e fuori: Serge Noiret, Renato Camurri, Fulvio Conti, Stefano Cavazza, Maria Serena Piretti, Marco Sagrestani, Marco Severini, Enzo Fimiani, Luigi Musella, Rosa Ana Gutierrez, Rafael Zurita, Alfio Mastropaolo, Jean-Louis Briquet, Salvatore Lupo, Alberto M. Banti, Andrea Baravelli, Gian Luca Fruci, Pietro Finelli, Valeria Galimi, Marcella Aglietti, e molti altri ancora. Un grazie infine agli amici e colleghi torinesi che hanno discusso con me alcune ipotesi e sono stati tra i primi preziosi lettori dei diversi contributi: Nicola Tranfaglia, Gian Carlo Jocteau, Bruno Bongiovanni, Silvano Montaldo, Daniela Adorni.

the liberal state by the middle of the twenties; moreover they have paid more attention to specific subjects such as the practice, the communicative strategies and the speech structure of the “elector-meant speeches”. An introduction dealing with the theme of “electoral campaigns” over a long period of time in liberal Italy is followed by a proposal of periodization of it in order to point out the changes the practices meet with in connection both to the evolution of the electoral laws, particularly the extension of suffrage and the procedures of voting, to the widespread acceptance and the diffusion of different political cultures and in general to the evolution of the political system. A proposal focused on the stages of change, on the singling out of turning and disconnection points, through the interlacement of the political-institutional aspects with the anthropological-cultural ones.

La storiografia italiana, a differenza di altre storiografie europee, ed in particolare di quella francese, ha solo di recente tematizzato l'oggetto "campagna elettorale", pur essendosi infittiti nell'ultimo quindicennio gli studi che lo prendono in considerazione a livello di ricostruzione problematica e di narrazione. La ripresa di interesse per il funzionamento del sistema politico in età liberale secondo approcci caratterizzati da maggiore sensibilità alla storia sociale ha favorito infatti le ricerche su élites, borghesie, processi di selezione delle classi dirigenti, processi di impianto dei partiti di massa, attente alla individuazione e alla ricostruzione dei luoghi e delle vie di accesso alla politica nell'orizzonte della città e/o del collegio elettorale come ambito di organizzazione degli interessi e di affidamento della rappresentanza; si sono andate moltiplicando inoltre le analisi di storia e geografia elettorale finalmente disancorate da una logica di ricostruzione pura e semplice degli schieramenti contrapposti e delle rispettive aggregazioni di consenso in termini di risultati delle votazioni e attente piuttosto alle *pratiche elettorali*, allo scarto tra regole formali e procedure informali nel complesso iter dell'affidamento della rappresentanza; ed ancora gli studi che utilizzano la *network analysis* come stru-

mento di indagine hanno gettato un fascio di luce sulla attivazione e sulla influenza nella sfera della mobilitazione politica di reti familiari, professionali, clientelari e di *patronage*, in una parola *notabilari*, senza confinare tali procedure nel limbo di un società rurale arcaica destinata a sparire e contribuendo al contrario a spiegare la valenza sociale della loro persistenza. In modo indiretto dunque, ma non per questo meno significativo, molta di questa produzione fa luce sui processi di formazione delle candidature e sulle regie che ne promuovono la riuscita, così come contribuisce a diradare la nebbia sull'argomento il genere della biografia politica che ha vissuto recentemente, proprio per il periodo a cavallo tra i due secoli, una notevole e metodologicamente avvertita rifioritura, e può essere ulteriormente ed efficacemente integrata con la memorialistica, i racconti autobiografici ed anche la narrativa.

Il filone del romanzo parlamentare in particolare, abbondantemente coltivato a fine Ottocento, costituisce a suo modo una fonte attraverso la caratterizzazione di una serie di *topoi* derivati, se pure con intento ironico o polemico, dalla osservazione della realtà. Le ragioni del ritardo nella tematizzazione dell'oggetto sono molteplici. La prima va individuata nella sua concettualizzazione tardiva. La locuzione "campagna elettorale" inizia a comparire sporadicamente nella stampa quotidiana solo dall'inizio del 1900, ed è registrata per la prima volta nel 1905 nel *Dizionario moderno* di Alfredo Panzini. Tarda comunque ad imporsi definitivamente nella stampa quotidiana e periodica, nella pubblicistica, nella memorialistica, ed anche nella rappresentazione letteraria coeva. Ad essa si preferiscono, ancora, in occasione della prima prova del suffragio quasi universale maschile, e addirittura oltre, "lotta", "battaglia", o il più neutro "movimento", elettorale. Se almeno nei primi due casi il significato può non sembrare troppo distante rispetto a quello di "campagna", comparso ormai ed ampiamente utilizzato sin dai primi anni Settanta dell'Ottocento negli Stati Uniti, in Inghilterra, ed anche nella vicina Francia, data la comune derivazione e trasposizione da un originario orizzonte di riferimento tipico delle operazioni militari, ciò che sicuramente resta in ombra è l'aspetto del coinvolgimento, della elaborazione di strategie mirate di propaganda, proprio della applicazione del termine ad ambiti via via diversi, non escluso quello commerciale. Eppure almeno a partire da-

gli anni Ottanta, in coincidenza con l'iniziale allargamento del suffragio, il fenomeno inizia ad essere percepibile anche in Italia attraverso l'impatto sull'opinione pubblica di forme meno tradizionali di organizzazione del consenso e meno elitarie di propaganda politica. La seconda ragione della tematizzazione tardiva va individuata nei caratteri della legislazione italiana che non disciplina, nei dettagli, come altre europee dell'Ottocento, peraltro, il complesso sistema di procedure e meccanismi che precede l'espressione del suffragio e neppure i tempi e la durata del "movimento elettorale" (Ballini, 2002). La terza, e non ultima probabilmente, ragione va ricercata nel fatto che il tema delle campagne elettorali, non solo sul breve, ma anche sul medio e lungo periodo, è frequentato solitamente nell'ambito della politologia e della sociologia.

Intento di questo intervento è pertanto di evidenziare un approccio e una sensibilità propria della ricerca storica, abituata a collocare i propri oggetti di studio in tempi e spazi definiti ma in continua evoluzione, in una prospettiva cioè ad un tempo sincronica e diacronica. Esso costituisce anche l'occasione per una sistemazione organica di una riflessione condotta negli ultimi cinque anni sul tema della mobilitazione elettorale e della campagna elettorale nell'Italia liberale. Una riflessione che ha mano a mano esteso l'arco cronologico oggetto di interesse, dalla fase del suffragio ristretto e allargato fino al momento della crisi definitiva dello stato liberale alla metà degli anni venti, ma si è altresì arricchita di attenzione a temi specifici quali la pratica, la strategia comunicativa e la struttura argomentativa del genere del "discorso agli elettori".

Ad una parte introduttiva dedicata alla tematizzazione dell'oggetto sul lungo periodo dell'Italia liberale seguirà dunque una proposta di periodizzazione dello stesso volta ad evidenziare le modificazioni cui l'insieme di pratiche va incontro con il tempo in relazione sia alla evoluzione della legislazione elettorale, per quanto riguarda l'ampiezza del suffragio e i sistemi di votazione, sia al radicamento e alla diffusione delle diverse culture politiche, più in generale alla evoluzione del sistema politico. Una proposta attenta cioè alle fasi di mutamento, alla individuazione dei momenti di svolta e di cesura, attraverso l'intreccio tra dimensione politico-istituzionale e dimensione antropologico-culturale. Vale la pena di ricordare in primo luogo che per

l'Italia ci muoviamo a lungo, a differenza ad esempio della Terza Repubblica francese indagata, per quanto riguarda il tema della mobilitazione elettorale, negli studi di Huard (1991) e di Garrigou (1992), nell'ambito di un suffragio non universale. Dapprima ristretto, poi allargato a partire dall'inizio degli anni Ottanta dell'Ottocento, quindi quasi universale maschile dal 1913, e universale maschile soltanto dal 1919. Ciò incide non solo sulle modalità di conduzione della campagna elettorale vera e propria, intesa come: "...insieme di pratiche politiche e istituzionali svolte in successione dallo scioglimento delle assemblee elette, sino al voto per nuove assemblee rappresentative" (Noiret, 1997, 2001), ma anche sulla individuazione dei momenti che la compongono e che finiscono per comprendere procedure dall'inequivocabile significato politico che precedono lo scioglimento e seguono il momento dell'espressione del voto, quali la compilazione delle liste degli elettori che, dato il doppio canale di iscrizione, d'ufficio e su domanda, previsto dalla legge italiana fino al 1912, costituisce il primo e non certo secondario momento della mobilitazione elettorale. I momenti dunque da prendere in considerazione sono:

- 1) la compilazione delle liste degli elettori, fino a tutto il primo decennio del '900;
- 2) la selezione e la presentazione, non formalizzata fino al 1919, delle candidature;
- 3) la campagna elettorale vera e propria, ossia quella regia più o meno attenta e consapevole, palese o occulta o dissimulata di strategie e tecniche di coinvolgimento e persuasione al fine del successo;
- 4) la giornata del voto, che per molti aspetti costituisce il momento clou della campagna elettorale;
- 5) l'eventuale contestazione dei risultati fino all'annullamento della elezione, o alla sua convalida, dal momento che il sistema italiano assegna alla Camera dei Deputati il controllo sulla regolarità delle operazioni, affermando dunque il primato della dimensione politica del problema.

Si tratta di momenti che assumono maggiore rilevanza, o invece la perdono, emergono in primissimo piano, o finiscono in secondo, a seconda delle fasi, degli ambienti territoriali e delle strutture sociali in