

Politica senza idee

I PARTITI NEL MARE DI PAROLE

di Ernesto Galli della Loggia

A parte le proposte fuori tempo massimo di Giuseppe Conte, il quale mette

sotto accusa un sistema di lottizzazione da lui stesso usato appena due o tre anni fa e che egli stesso avrebbe potuto benissimo cambiare o perlomeno proporre di farlo quando era alla testa del governo, a parte ciò poche cose appaiono altrettanto certe come il fatto che una riforma che sottragga la Rai al dominio dei partiti non si farà mai. Per una semplice ragione: che una riforma del genere significherebbe la crisi del sistema politico

italiano a causa della virtuale scomparsa dei suoi protagonisti, cioè dei partiti attualmente esistenti. Equivarrebbe insomma alla crisi della costituzione materiale della Repubblica.

I partiti che oggi calcano la scena italiana sono perlopiù dei gusci vuoti, quasi delle pure sigle. Naturalmente non tutti e dappertutto allo stesso modo né tutti in un'identica misura: ma la sostanza è questa. Non ce n'è uno che abbia

una visione del futuro del Paese, la minima idea di che cosa debba essere e a che cosa possa servire l'Italia. I loro programmi consistono al massimo in vaghe enunciazioni di una sfilza di cose da fare. Sempre buttate giù alla bell'e meglio, senza alcuna priorità, senza indicazioni di fattibilità, di tempi, di costi. Nella loro vaghezza le richieste programmatiche dei vari partiti tendono così ad apparire (ed essere) pressoché tutte uguali e tutte inservibili.

continua a pagina 44



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

POLITICA SENZA IDEE

I PARTITI PERSI NEL MARE DI PAROLE

di Ernesto Galli della Loggia

SEGUE DALLA PRIMA

Tutti, per fare un esempio, insistono sulla necessità di combattere l'evasione fiscale (un vero flagello italiano) ma tutti si sono sempre ben guardati dall'immaginare e proporre mezzi concreti ed efficaci per cercare almeno di avvicinarsi a un simile traguardo.

L'ovvia conseguenza di questa generale propensione alla vaghezza è che nella Penisola i programmi dei partiti lasciano il tempo che trovano. Fino al punto che qui da noi nessun partito, se mai gli capita di vincere le elezioni e di andare al governo, si sente davvero impegnato a dare un seguito alle proprie promesse. Tranne i 5 Stelle, è giusto ammetterlo, con il reddito di cittadinanza: una proposta peraltro mal concepita che non sembra avergli portato molta fortuna.

L'evanescenza dei programmi ha fatto sì che per distinguersi e farsi riconoscere i partiti siano stati spinti a ricorrere sempre più alla loro dimensione identitaria e di schieramento. Sicché oggi essere di sinistra non vuol dire, che so, battersi per una patrimoniale o per costruire più case popolari. Vuol dire essere antifascisti, multiculturali, europeisti, per l'intangibilità della Costituzione e soprattutto essere contro la destra; del tutto analogamente essere di destra non significa voler limitare, tanto per dire, il diritto di sciopero nei pubblici servizi o voler privatizzare le aziende municipalizzate; significa essere anticomunisti, detestare il «giustizialismo», essere a favo-

re del presidenzialismo e della famiglia tradizionale, soprattutto essere contro la sinistra.

Nasce da qui il carattere abitualmente inconcludente, apodittico e rissoso del cosiddetto «dibattito politico» italiano. Non si ragiona di cose, men che meno si fanno proposte concrete; si forniscono interpretazioni e si additano colpevoli, ci si rinfaccia malefatte passate e oscure intenzioni future; in alternativa si discute accanitamente fino a che punto uno è di destra, di centro o di sinistra o si sta spostando subdolamente dalla sinistra alla destra o viceversa; i fatti sono dei puri pretesti per alimentare questo mare di parole. Così tutti i santi giorni: instancabilmente, verbosamente, litigiosamente.

Bene. La domanda che ci si deve allora porre è la seguente: potrebbe mai questo modo d'essere della politica italiana occupare la scena ottenendo l'attenzione dell'elettorato, pretendere di rappresentare la realtà, essere accreditato di qualche plausibilità come arena delle opinioni dei cittadini e specchio dell'opinione pubblica, se non disponeesse di un mezzo supinamente pronto ogni giorno a portarlo per ore sotto gli occhi degli italiani? Diffondendolo capillarmente, avallandolo, legittimandolo? Potrebbero insomma i partiti e il sistema politico italiani sopravvivere all'assenza dai teleschermi per un mese? Ecco a che serve la Rai: ad assicurare la stessa esistenza dei partiti, a certificare che ci sono. A trasmettere ogni giorno il messaggio: cari italiani la politica è questa e questi sono i suoi protagonisti. Ma non solo. La Rai deve essere agli ordini dei partiti per un'altra ragione: perché la rappresentazione ora detta obbedisca a certe modalità.

Che succederebbe ad esempio se, mettiamo, in un'intervista l'intervistatore — come pare che accada in altri Paesi — cominciasse a incalzare il famoso leader assiso al talk show di turno, chiedendogli «Che vuol dire quanto ha appena detto?», «Ci spieghi meglio», «Ciò che propone quanto costerebbe?», «E dove prendere i soldi?», aggiungendo magari: «Guardi, lei però non ha risposto alla mia domanda»? Succederebbe quello che non deve assolutamente succedere: la scoperta che il re è nudo e che nel merito delle grandi questioni, e dei veri problemi del Paese, i partiti italiani e i loro rappresentanti — seppure con qualche eccezione comunque non significativa — non sanno che cosa dire, non sanno andare oltre delle genericità, al di là di qualche formula di maniera.

Ma oltre la Rai ci sono anche le tv commerciali, si può obiettare. È vero, ma tra esse quella in realtà di gran lunga più importante (ben tre canali) non è forse in pratica anch'essa la tv di una metà dello schieramento politico e dei suoi partiti? E non ha forse firmato da sempre un virtuale patto di non aggressione che inevitabilmente vuol dire di sovrapposizione imitativa con la tv pubblica? Perché mai allora dovrebbe essere interessata a cambiare le regole del gioco, a rifiutare il ruolo di quotidiana fornitrice di ossigeno ai partiti? Senza dire che il commercio ha le sue esigenze: per alzare l'audience e «andare in pubblicità» piuttosto che un approfondito dibattito niente di meglio che un furioso battibecco tra due scervellati o poche e generiche domande e risposte da interrompere senza problemi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'esempio della televisione

Una riforma che sottragga la Rai al dominio dei partiti non si farà mai, significherebbe la crisi del sistema politico