

CINQUANT'ANNI DI PROPAGANDA ELETTORALE PER LE ELEZIONI DEL COMUNE DI BOLOGNA

Da Dozza a Guazzaloca

Può essere interessante analizzare la propaganda di cinquant'anni di campagne elettorali per le elezioni del Comune di Bologna, per capire quale immagine i partiti vogliono dare di sé stessi, e per vedere i cambiamenti nei loro programmi, nelle loro ideologie e nei loro valori ideali. Cominciamo dalle prime elezioni dopo la Liberazione, nel 1946. Dopo venti anni di dittatura, i bolognesi ritrovano il gusto della partecipazione. Come scrive il *giornale dell'Emilia* (così si chiamava allora il *Resto del Carlino*), "le ideologie, come le lamette da barba, hanno bisogno della réclame per affermarsi".

ANNI CINQUANTA

Negli anni Cinquanta siamo nel pieno della guerra fredda, e secondo la Dc e i partiti moderati, anche a Bologna si gioca una battaglia tra libertà e dittatura. Secondo un candidato democristiano alle elezioni del 1951, dietro alla lista Due Torri "è in agguato un volto con due grandi baffi: il comunismo", e per il segretario cittadino della Dc, Elkan, i comunisti "calpestanto il tricolore e innalzano la bandiera rossa, sono la quinta colonna che prepara il terreno a Mosca, dietro il volto pacifico e sorridente di Dozza sta un programma di odio e di lotta".

La Dc produce manifesti nei quali il comunismo è ritratto come una terribile minaccia, come quello in cui è ritratto un gattone rosso coi baffi alla Stalin che guarda bramoso la gabbia dei canarini, dentro la quale c'è il palazzo comunale; lo slogan del manifesto è "se non voti, gatto Baffone del Comune farà un boccone", o come quello in cui le Due Torri sono avvinte a catene che partono dal Cremlino. Di tono opposto la campagna di Pci e Psi,

che cercano di assicurare anche gli elettori più moderati, affermando che "al di sopra di ogni ideologia il Sindaco Dozza ha saputo esprimere nella sua persona, nella sua attività, nella sua cordialità tipicamente bolognese, non solo le caratteristiche di un militante comunista che non ha mai piegato il capo, ma anche le tradizioni migliori e più genuine della sua gente". Bologna viene presentata come un modello soprattutto nei confronti delle amministrazioni democristiane. Il Pci fa notare che Roma ha un disavanzo di 12 miliardi, Napoli di 10 miliardi, Palermo di 10 miliardi, Milano 1,5 miliardi, mentre i comuni ad amministrazione socialcomunista di Bologna, Firenze, Torino, Modena, Reggio Emilia, Parma hanno il bilancio in pareggio: "Ecco chi amministra meglio", conclude un volantino.

Il clima da guerra fredda raggiunge l'apice nelle elezioni del 1956, quelle dello scontro tra Dozza e Dossetti, clamorosamente perse dalla Dc.

ANNI SESSANTA E SETTANTA

Nelle elezioni del 1960 e del 1964 la Dc abbandona i toni da '48 e incentra la propria propaganda esclusivamente sulle questioni locali, sostenendo che la vantata capacità amministrativa del Pci è un mito, e che il Pci non avrebbe mantenuto le promesse fatte nelle precedenti elezioni (costruire il nuovo macello pubblico e mercato bestiame, diminuire le tasse, costruire il nuovo mercato del pesce ed il nuovo canile municipale, spostare la stazione Veneta, costruire una casa dello studente, incrementare i lavori pubblici). Anche negli anni Settanta, l'egemonia del Pci continua inattaccabile, e alla Dc non rimane, alle elezioni del 1970, che inveire stancamente contro i comunisti che, per il

democristiano Elkan, "nonostante l'imborghesimento ed ogni trasformismo restano quelli di sempre, cioè i nemici della libertà e della democrazia". Anche il *Resto del Carlino*, da sempre schierato contro la sinistra, alle elezioni del 1975 attenua moltissimo i toni, intervistando anche il Sindaco Zangheri e riconoscendo che il Pci ha pur fatto qualcosa di buono a Bologna, e che se da un lato sono gonfiati a dismisura i prezzi delle aree, delle case, dei fitti, dall'altro lato c'è un forte impegno sociale per l'assistenza e l'istruzione, e Bologna "è meno giungla d'asfalto di altre città".

IL CRAXISMO

Gli anni Ottanta sono gli anni d'oro del craxismo, con un frenetico attivismo del Psi. Alle elezioni del 1980 e del 1985, il Psi spende budget milionari, ben presto imitato dagli altri partiti. La campagna elettorale del Psi si caratterizza per la vaghezza degli slogan ("fare per cambiare") e dei programmi.

Nelle elezioni del 1990 i candidati scoprono... il telefono. Molti partiti o candidati attivano linee telefoniche. Il Pci organizza un call-center, effettuando 40.000 telefonate alle famiglie bolognesi. Il Pli promuove la propria linea telefonica "telefono liberale" con uno slogan immaginifico: "Il modello liberale, oggi il più imitato nel mondo". Non è dato sapere quante telefonate abbia ricevuto il telefono liberale da bolognesi ansiosi di emulare il modello liberale.

Altro sintomo di americanizzazione della campagna elettorale sono le cene coi candidati: Paolo Giuliani invita 70 persone in pizzeria chiedendo 50.000 lire per finanziarsi la campagna elettorale, il suo più munifico collega di partito Emilio Rubbi

invita a sue spese 300 persone al ristorante con il ministro Gorla per presentare i candidati della sua corrente. I socialisti, che vogliono apparire più moderni e giovanili, organizzano feste in discoteca.

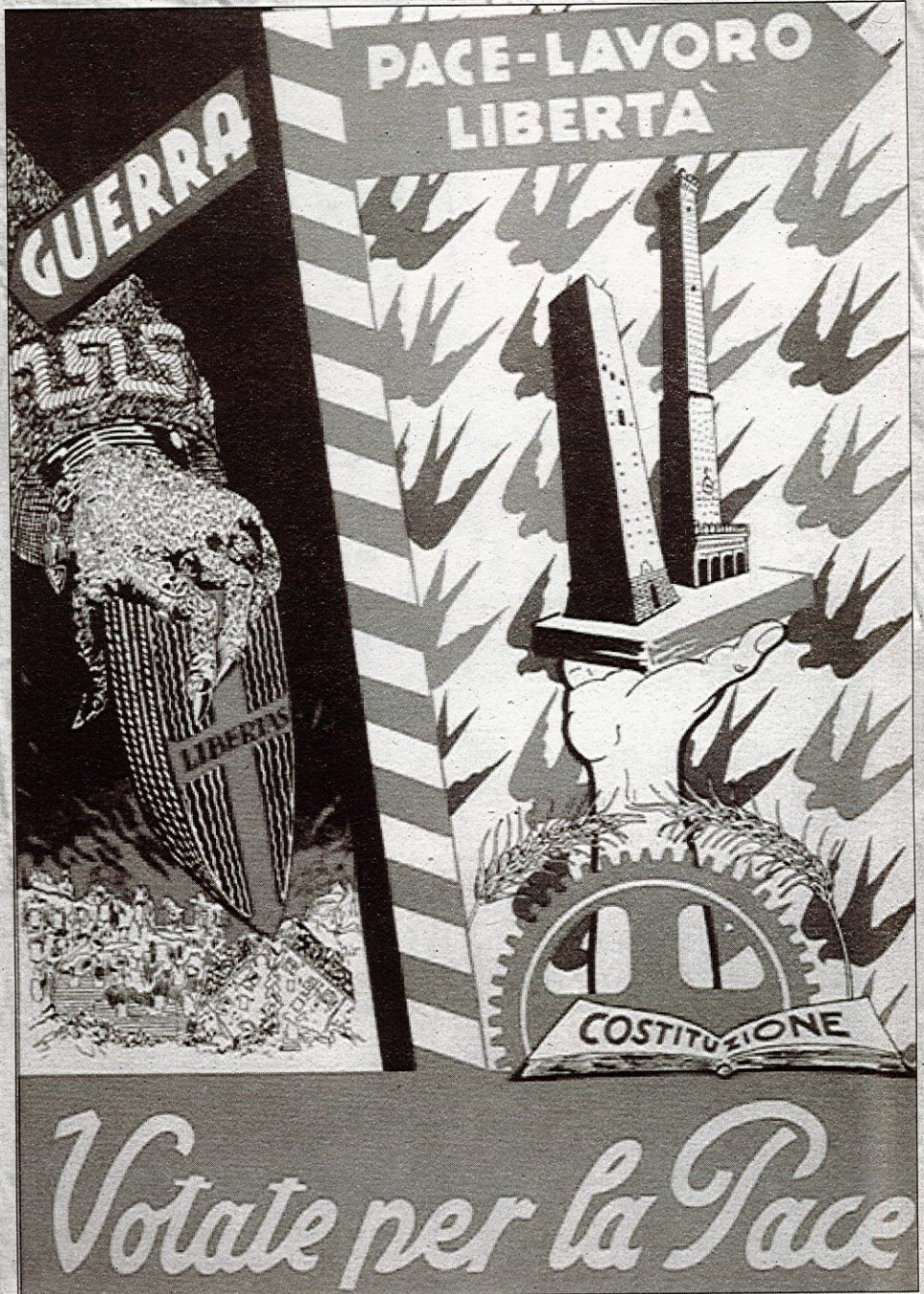
Tra i temi della propaganda elettorale assume un forte rilievo il traffico. Tra gli estremisti del centro aperto al traffico vi è il Msi, all'estremo opposto Dp, che propone una effettiva chiusura del centro storico al traffico privato ed il potenziamento del trasporto pubblico.

Per il Psi la tutela dell'ambiente si può risolvere... con un assessorato in più per il Psi: il socialista Mauro Raparelli chiede l'istituzione dell'assessorato alla qualità urbana, che accorpi deleghe a traffico, ambiente, arredo urbano.

Il tema dell'immigrazione è presente per la prima volta. Come per il traffico, sono Msi e Dp a presentare posizioni diametralmente opposte: Dp provocatoriamente candida due senegalesi senza cittadinanza italiana, per porre in evidenza l'ingiustizia di chi vive e lavora in Italia ma è privo di diritti politici. Il Msi invece riduce l'immigrazione ad una questione di ordine pubblico.

La campagna elettorale del 1995 è sia podistica (con passeggiate dei candidati, secondo l'uso americano, nei supermercati e nei quartieri), sia motorizzata. Vitali affitta un bus, Gazzoni utilizza una roulotte, ma il più vistoso è senza dubbio Berselli che sciorizza per il centro affacciato, in posa ducesca, da un camper. Berselli cerca di presentarsi con una immagine dinamica e moderna: regala 3000 bottiglie di lambrusco con l'etichetta "Con Berselli Sindaco solo il vino sarà rosso", organizza alla discoteca Les Bains Douches una festa con la soubrette Angela Cavagna, che si autodefinisce "la risposta di destra ad Alba Parietti", polemizzando perché il suo





seno sarebbe naturale, al contrario di quello siliconato della Parietti. La palma della forma di propaganda più originale va però al candidato di An, Mino Ruocco, che, guarda caso proprio alla vigilia delle elezioni, afferma di aver sventato una rapina, presentandosi così come vero difensore dei cittadini.

LE ULTIME ELEZIONI

Le elezioni del 1999 cominciano mesi prima, quando Guazzaloca affigge megamantifesti per farsi conoscere dagli elettori. Solitamente, il candidato comunista si dava un'immagine di bonomia, di Sindaco non di parte. Stavolta invece è Guazzaloca che vuole presentarsi con una immagine rassicurante, non a caso rivendicando anche l'eredità di Dozza. Lo slogan elettorale di Guazzaloca, "Amare, rispettare, migliorare la tua Bologna", è paterno ("amare e rispettare") e "continuista" ("migliorare"). Lo slogan della Bartolini, "Scegli il tuo futuro", non riesce a comunicare nulla. Questo, secondo Roberto Grandi, è il primo errore del centrosinistra nella scelta del candidato. Il secondo errore sarebbe che la Bartolini, per marcare il proprio distacco da Vitali, accentua la sua immagine di ragazza inesperta, e dai confronti con Guazzaloca l'immagine della Bartolini ne uscirà sempre più come quella di una funzionaria di partito infastidita dal fatto che qualcuno osi sfidarla. I programmi sono assai simili. C'è chi promette di non aumentare la pressione

fiscale (Bartolini) e chi di abbassare l'ICI se ci sarà la possibilità (Guazzaloca), per entrambi bisogna fare qualcosa per la sicurezza ma le proposte non sembrano poi particolarmente originali: Guazzaloca propone l'installazione di telecamere collegate alla polizia, mentre la Bartolini propone di mandare nelle strade più poliziotti. La questione su cui i due candidati sono veramente divisi sono le infrastrutture di trasporto pubblico: la Bartolini è per il tram, Guazzaloca è contro il tram ma per un tunnel collinare. Anche questa campagna elettorale è molto americana, con gadget di dubbio gusto come i piattini da dolce con l'asinello dei Democratici, e soprattutto facce sui manifesti, spesso ringiovanite, come quella di Silvia Bartolini (che, nota malignamente *il Resto del Carlino*, a forza di ringiovanimenti, è arrivata ormai all'adolescenza), o quella anche quella di Salizzoni, che usa la foto della campagna elettorale del 1995. *Il Resto del Carlino* ritrova toni da anni Cinquanta e tesse elogi sperditi di Guazzaloca, con notizie come quella di Guazzaloca che salva un gattino intrappolato e lo riporta a casa, per finire con l'oroscopo dei due rivali. Secondo questo oroscopo, Silvia Bartolini con "Urano in quadratura alla sua Venere natale la rende stanchissima. Questo non significa che non potrà essere eletta, se lo sarà avrà un compito molto difficile da svolgere, e inizia nel momento peggiore". Insomma, prevedono

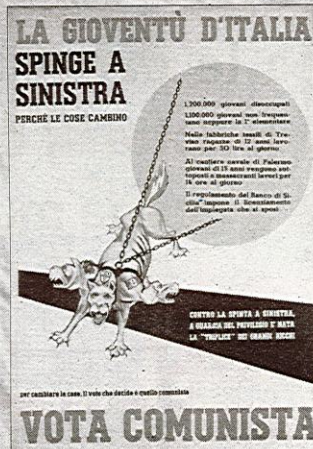
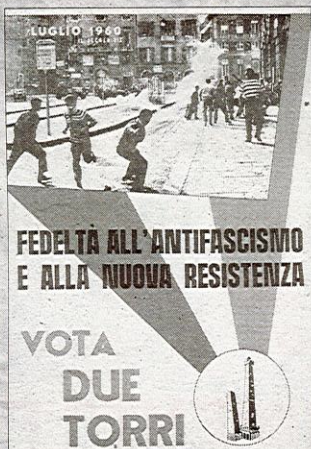
gli astri, non vale la pena eleggere la Bartolini. Per Guazzaloca, invece, "self made man che ha l'hobby della lettura, transiti forti e straordinari". Il centro-destra pare nutrire una certa attenzione agli oroscopi, infatti il libro *Una storia italiana*, che Berlusconi spedirà a tutte le famiglie italiane per le elezioni del 2001, avrà una pagina dedicata all'oroscopo del Cavaliere, dove possiamo leggere un oroscopo simile a quello di Guazzaloca: "Astralità numerose e potenti garantiranno efficienza e vigore, facendo vivere a Berlusconi un periodo denso di successi e soddisfazioni nella vita privata e in quella pubblica (...) Secondo gli studiosi delle stelle il suo destino era già tutto scritto nel firmamento". Ovvero, per Berlusconi come per Guazzaloca, quando il destino è scritto negli astri, c'è poco da fare.

SEX APPEAL?

Da questa carrellata su un cinquantennio di propaganda elettorale si possono ricavare molte cose relativamente ai programmi dei partiti. Si può notare, per esempio, negli anni cinquanta soprattutto, lo sforzo del Pci di coniugare pragmatismo e filovietismo: costruire una amministrazione efficiente, far diventare Bologna una vetrina della propria capacità amministrativa, e cercare le adesioni dei bolognesi su questo aspetto e non sull'adesione ideologica al comunismo, che comunque restava il riferimento ideologico per il partito. Era la costruzione del modello emiliano, la collaborazione tra i ceti produttivi sotto l'egemonia delle classi lavoratrici. Negli anni Ottanta, il Pci diventa sempre più un partitone-pigliatutto che cerca di mediare tutte le esigenze, fino alla scossa dell'elezione di Guazzaloca, dovuta, secondo Luther Blissett, a "decenni di noia, pax sindacale, ammosciamento sistematico dei conflitti, repressione bonaria e politically correct, inamovibili mandarinati, politiche di destra fatte da una sinistra "plus royaliste que le roi", purulento mito del buon-governo". Se le elezioni si giocano sull'appeal, la capacità di apparire affidabili, di avere programmi convincenti e di essere ritenuti

ti capaci di realizzarli, a Bologna per decenni il Pci è stato ritenuto affidabile, costruendo maggioranze sui programmi e non sugli schieramenti ideologici. Il Pci, fino agli anni Settanta, cercava di ottenere il voto degli elettori cattolici o laici moderati cercando di convincerli sui contenuti, quindi cercando di spostare a sinistra gli elettori moderati facendo leva su tematiche a cui possono essere sensibili (come l'onestà e l'efficienza), e non, come farà negli anni novanta il Pds, spostando invece a destra il partito accettando politiche moderate, per esempio il sostegno alle scuole cattoliche. La destra per decenni si è dimostrata inaffidabile, criticando l'amministrazione comunale in modo infondato e ricevendo il voto assai più sull'ideologia anticomunista che sui programmi. Questo fino agli anni Ottanta, quando la sinistra è stata percepita sempre più come un ceto politico di assessori e di burocrati. Come scrive ancora Luther Blissett, "è innegabile che per molti giovani felsinei, la scelta d'estrema destra, per quanto discutibilissima, anzi ripugnante, sia stata a suo modo una scelta d'opposizione, di vita, di affermazione di un'alterità, di estremo rifiuto di un ammorbante tran-tran. Di fronte all'ufficio del comitato pro-Bartolini c'erano quasi solo spenti burocrati, di cui pochissimi sotto i 35. Carica utopica: zero. Sex appeal: sottozero. Una ragazza in scooter è passata sventolando la bandiera di Forza Italia e ha urlato loro: siete tristi".

Fabrizio Billi



Questo articolo è una riduzione di un saggio pubblicato sul libro "La paura e l'utopia. Saggi sulla comunicazione politica contemporanea", Edizioni Punto Rosso, 2001 Archivio Storico "Marco Pezzi" (per richieste 347-0946123)