

Comportamento elettorale e mercato politico

Fausto Anderlini

1. *Ceto politico, macchina di partito, bene-voto*

Non si può non partire da quel quadro teorico, la cui prima e più coerente definizione si deve a J. Schumpeter,¹ per il quale le consultazioni elettorali di tipo democratico possono essere ricondotte al concetto di *mercato politico*. Secondo questa teoria la competizione elettorale fra i partiti è paragonabile ad una lotta di concorrenza che ha come protagonisti i partiti stessi e gli uomini politici (anziché le imprese e gli imprenditori o i managers), come contesto l'elettorato (anziché i consumatori) e come oggetto il voto (anziché i beni). Il *ceto politico*, la *macchina di partito*, il *bene-voto*, l'*elettore*, danno vita, essendo luoghi costitutivi strutturali, al *mercato politico*, secondo logiche che riconoscono come proprio specifico ed irriducibile strumento comunicativo il *potere*.

La teoria del « mercato politico », così come inizia a strutturarsi in Schumpeter e più generalmente nelle teorie elitistiche, per poi svilupparsi nelle concezioni « poliarchiche » della democrazia, fornisce, per così dire, una visione *dall'alto* del sistema politico, che sposta immediatamente il terreno dell'analisi oltre gli arcaici epistemi illuministico-antropocentrici che hanno tradizionalmente costituito l'ossatura della teoria della democrazia².

Il trasferimento del paradigma del mercato alla sfera politica non implica affatto l'adeguamento di quest'ultima alle esangui proposizioni logiche del cardinalismo neoclassico³. Come non v'è una *sovranità del consumatore* a regolare l'interazione del mercato e la purezza dello scambio dei « fattori », così non v'è nessuna *sovranità dell'elettore* che nel mercato politico delinea ideali diagrammi di preferenze. Per Schumpeter il *politico* si configura in una propria irriducibile autonomia, esprime una propria *densità specifica*. Il « primum mobile »⁴ del sistema è comunque l'autofondazione dell'élite politica (il *ceto politico*). Essa si forma *prima* dello scambio; *esiste* in funzione di questo ma non è affatto il casuale residuo *finale* del meccanismo di mercato.

La « ragione di scambio » non coincide affatto con la formazione, dal *basso*, della volontà, non si dà cioè alcuna correlazione lineare fra mercato e « sovranità ». La ragione dello scambio è piuttosto l'acquisizione del *bene voto*, come mezzo di legittimazione *formale* dell'élite politica che si *autopropone*. E la macchina di partito ne costituisce l'apparato strumentale. Questa visione, ancorché non coincidere con la semplice trasposizione del paradigma cardinalista neoclassico alla dimensione politica, prende corpo proprio dalla rivisitazione critica di questo

paradigma, cui viene contrapposta la *densità sociale* del processo economico i cui attori, nell'epoca monopolistica, appaiono irrigiditi nelle grandi organizzazioni d'interesse anziché atomizzati quali portatori puri di « fattori » in ruoli pre-formalizzati. Il mercato politico, in altre parole, presuppone la piena acquisizione degli elementi di politicità che hanno invaso il mercato capitalistico e, in genere, la dimensione dell'*economico*, corrompendone ogni autonomia presunta.

Proseguendo l'analogia il mercato politico può essere figurato, prioritariamente, come *mercato di capitali* in cui, per parafrasare Marx, entrano come attori, in primo luogo, « dealers and dealers », quindi « dealers and consumers »: mercato di capitali e mercato di merci, circolazione capitalistica e circolazione mercantile. C'è prima l'autofondazione della lotta di potere *nel* *ceto politico*, quindi lo scambio concorrenziale con l'elettorato. Non è sorprendente notare come le rivisitazioni neoliberali del « mercato politico » appaiano assolutamente contestuali al radicale misconoscimento di questi due livelli nel liberismo economico: quel misconoscimento contro cui, in differenti contesti e con differenti referenti, si appuntò la critica marxiana, prima, quella keynesiana, poi. La rimozione di questa fondamentale distinzione dei due circuiti della circolazione (tanto economica che politica) è infatti alla base di tutte le visioni « armoniche » del mercato, giacché è proprio in essa che è posta la *possibilità della separazione-crisi*⁵ (come sopraffazione del meccanismo di valorizzazione su quello di scambio, in campo economico, d'onde, marxianamente, « sproporzioni, sottoconsumo, sovraccumulazione », « blocco della ritraduzione

del risparmio ad investimento », in Keynes; come conflitto fra centralizzazione dei meccanismi di gestione del potere e socializzazione/diffusione della politica su scala di massa, in campo politico). Ma l'analogia può essere estesa anche alla funzione ed alla natura del *bene-voto*. Più che al bene-merce il bene-voto può essere paragonato alla merce-moneta. Da un lato il bene-voto, come la moneta in quanto segno di valore e mezzo di circolazione⁶, è il *medium* espressivo formale della « circolazione di sovranità », dall'altro, come la moneta è cristallizzazione di valore astratto, esso è la base fiduciaria (vera e propria « riserva aurea ») la cui *appropriazione* attribuisce potere legalizzato a chi se ne appropria. Nel pensiero neo-liberale questi attributi vengono eclissati in un unico circuito. Nella modellizzazione politologica ad esso corrispondente le determinanti formali della rappresentazione riescono tuttavia a « chiudere » solo postulando una completa riduzione delle motivazioni soggettive dell'elettorato alle logiche ed ai criteri di razionalità che del modello sono proprii. La molteplicità motivazionale del comportamento di voto in altre parole viene a forza ricondotta a quei modelli di razionalità formale-strumentale⁷ intrinsecamente connessi al sistema di mercato. Ma questa condizione di « ottimo », così come l'equilibrio di piena occupazione, corrisponde ad un caso molto particolare, comunque non generalizzabile.

Il mercato politico, per non incorrere in queste ipostatiche rappresentazioni⁸, deve dunque essere analizzato con riferimento ai due momenti della circolazione evidenziati, in altre parole, per rapporto alla competizione elettorale, sia dal lato delle condizioni d'offerta (cioè a dire

dal lato della struttura motivazionale del comportamento di voto), sia dal lato delle condizioni di domanda (con riferimento alle lotte interpartitiche per l'acquisizione del bene-voto).

2. Le condizioni d'offerta.

In considerazione delle « condizioni d'offerta » si può ricorrere ad una recente formulazione tipologica che stilizza in tre « tipi ideali » il comportamento di voto: *voto d'opinione*, *voto di scambio*, *voto d'appartenenza*⁹.

Il prototipo ideale del mercato politico è certamente costituito dal cosiddetto *voto di opinione*. Il voto è in tal caso il *segno-valore* di una transazione nella quale il consenso, ovvero la delega fiduciaria ad un determinato ceto politico, viene scambiato contro specifiche politiche cui fanno da « pendant » programmi molto dettagliati.

Il fatto stesso che lo scambio abbia qui per oggetto *politiche-programma* (generalmente di tipo politico-economico, ma non necessariamente tali), ovvero modelli d'azione di breve periodo razionalmente orientati e depurati di motivazioni di valore (contrariamente ai « progetti »), lascia intendere lo scenario entro cui trova espressione privilegiata: quello di un sistema politico fortemente stabilizzato i cui attori vantano medesime possibilità di accesso al « governo » e, sovente, gli stessi referenti sociali del loro comportamento¹⁰. Più che verso immediate logiche d'interesse, largamente delegate, in tali sistemi, ad appositi circuiti di scambio politico « neocorporativo » fra grandi organizzazioni degli interessi collettivi¹¹, il *voto d'opinione* esprime un orientamento circa la capacità dei programmi esi-

biti dai partiti di soddisfare determinate esigenze d'*integrazione sistemica*. Sotto questo profilo il voto d'opinione interpreta paradigmaticamente il mercato politico non tanto perché sottende, in forme politiche, effettive transazioni economico-mercantili di beni, quanto perché presuppone, da entrambi i lati della relazione dello scambio, l'identico esprimersi di comportamenti legati a forme di razionalità di tipo formale-strumentale. Ora se il campo di valutazione riguarda esplicitamente l'integrazione sistemica della società, significa che il processo di scambio afferisce a logiche puramente riflessive¹²: la « razionalità rispetto allo scopo » che informa il voto d'opinione, in altre parole, è applicata, come criterio di giudizio, alla capacità dei programmi politici di esprimere le stesse logiche di razionalizzazione, d'esser cioè essi stessi animati dall'identica « razionalità rispetto allo scopo ».

Il *voto di scambio* ha invece come sottofondo logiche d'interesse di tipo contingente. Il consenso implicito nel voto è qui immediatamente funzionalizzato alla possibilità di veder accolte, tramite l'intermediazione di partiti che se ne fanno esplicitamente portatori, determinate pretese o esigenze: concessione di benefici/privilegi, sociali e/o politici, sussidi, pratiche di « patronage », istanze localistiche, servizi particolari ecc. Il processo di scambio a livello politico sottende immediatamente una transazione nella quale il bene-voto (di cui gli elettori sono portatori) viene scambiato con beni o servizi (sia materiali che immateriali, ma più generalmente economici). Per quanto questo tipo di comportamento sembri immediatamente attagliarsi alla logica di mercato — fatto certamente evidente — esso

presuppone invero, come sottofondo, una realtà « arretrata », con scarso livello di razionalizzazione dell'agire individuale e collettivo.

La relazione immediata, tramite il voto, fra beneficiario e concedente è un fenomeno molto correlato a situazioni sociali ancora dominate da forme di potere « tradizionali » o, comunque, non ancora permeate dai modelli di razionalità legati alle forme dispiegate del potere formale-burocratico. Nelle realtà più evolute, infatti, come s'è detto, gli scambi politici che hanno come oggetto beni di natura economica, sono istituzionalizzati in circuiti particolari la cui ragione d'esistere è proprio legata all'incanalamento dell'agire individuale entro grandi organizzazioni collettive, con le quali i partiti tengono un rapporto « mediato ». Perché il *voto di scambio* conosca una certa generalizzazione bisogna invece ipotizzare — come è confermato dalla realtà, in specie, come esempio specifico, da certe zone del meridione — una situazione nella quale sono assenti o irrilevanti tali organizzazioni collettive (e comunque non hanno alcuna possibilità di accesso al « centro » attraverso i circuiti istituzionali); in cui i partiti, come sistemi organizzativi, non riescono ad esprimere una autonomia apprezzabile rispetto agli uomini politici che se ne fanno strumento, e nella quale, infine, lo stesso apparato burocratico-amministrativo dello Stato non è in grado di esibire un adeguato livello di efficienza e di autonomia (si che le sue stesse risorse occupazionali possono, ad esempio, esser fagocitate nello scambio).

Si tratta cioè di situazioni nelle quali interagiscono reciprocamente bassa integrazione sociale e bassa integrazione sistemica, talché lo stesso meccanismo elettorale viene ri-

succhiato entro le trame di tipo personalizzato, intessute dai concedenti con beneficiati in condizioni atomistiche.

Nel *voto di appartenenza* il processo di scambio non è assimilabile né alle logiche razionali-strumentali del « voto di opinione », né alle trame mercantili personalizzate del « voto di scambio »; esso è qui eminentemente di tipo *simbolico*.

Il comportamento di voto esprime un rapporto organico di identificazione con determinate culture o ideologie politiche. Il voto registra con immediatezza un legame di appartenenza i cui contenuti travalicano ampiamente il semplice fenomeno elettorale, che è dato aprioristicamente ed è razionalmente motivato rispetto al *valore*. Il partito è visto non quale portatore tecnico delle politiche di razionalizzazione, ma come un vero e proprio *ordine* (Bund) la cui azione è in grado di ricomprendere, e « tenere », tanto elementi della prassi immediata (dunque la tutela di interessi materiali *prioritari*) quanto mete finali di tipo universalistico¹³. Le scadenze elettorali periodiche riproducono, in un certo senso, un rituale simbolico, un « ritorno » alle identificazioni culturali delle origini il cui senso è di rafforzare le condizioni di *integrazione sociale*, per parte loro fortemente permeate di quegli elementi che sono propri della pragmatica del sapere narrativo¹⁴. Il voto è l'atto ripetuto di un investimento fiduciario di tipo globale, le cui forme specifiche rinviano ai complessi percorsi storici della formazione/evoluzione delle sub-culture a livello di massa¹⁵.

Dovrebbe esser chiaro che la tipologia ora delineata a partire dal concetto di mercato politico si muove su livelli di notevole astrazione che è molto difficile vedere compiutamente

te verificati nella realtà. Come è naturale attendersi nell'effettivo comportamento di voto i tre tipi ideali rintracciati, e le loro sub-specificazioni, danno vita a « composti » di caso in caso particolari. E' assai improbabile trovare partiti cui corrisponda un solo tipo di comportamento dell'elettorato, anche se è possibile definire certe linee di tendenza e certi rapporti privilegiati con una tipologia dominante. E' ovviamente compito dell'analisi comparata ai diversi livelli — interstatale, interpartitico, territoriale — cogliere queste *differenze specifiche*.

3. Le condizioni di « domanda ».

Dalla correlazione fra tipologia dei partiti e tipologia dei comportamenti di voto (che strutturano i due lati del processo di « scambio ») si può risalire ad una tipizzazione del « mercato politico ». Per analogia all'analisi « shift-share », si può innanzitutto distinguere nella lotta di concorrenza, un *effetto struttura* ed un *effetto competizione*.

L'*effetto struttura* è relativo alla suddivisione del mercato in grandi aree di riferimento nelle quali si esprimono certi rapporti di egemonia. Sulla base di complesse ragioni storiche tendono cioè ad evidenziarsi certi campi ben strutturati e delimitati del comportamento di voto cui ineriscono, generalmente, rapporti precisi di leadership da parte di una forza politica. Tale processo può essere interpretato, in un certo senso, come una *preventiva spartizione* del mercato in zone privilegiate nelle quali si esprime il *quasi-monopolio* di un partito. Lo scopo primo dei *partiti di massa* è infatti, generalmente, quello di organizzare e dare certezza alle proprie *retrovie*. La stabilità della loro presenza e le

possibilità future di successo dipendono largamente dall'estensione e dall'intensità del loro *insediamento* presso determinati gruppi sociali ed aree territoriali (nonché eventuali livelli istituzionali). Sono queste retrovie che garantiscono l'articolarsi stesso del gioco tattico-politico con le sue fasi di arretramento e di avanzata. In generale, tuttavia, il gioco politico-concorrenziale fra partiti « guida » con solide retrovie di riferimento, tende a svolgersi entro misure ben delimitate. L'elemento *spartizione* tende ad essere sempre prevalente sull'elemento *competizione*, nonostante quest'ultimo appaia — ed in effetti sia — la causa prima dello stesso strutturarsi dei campi politici. Le dichiarazioni di avversione, vere e proprie « simulazioni » di guerre dichiarate, più che allo scompaginamento delle retrovie « nemiche », appaiono funzionali alla stabilizzazione delle proprie. Se tali fortificazioni sono solide e radicate entrambi i contendenti temono che attacchi avventurosi alle posizioni avverse possano ritorcersi in un indebolimento del proprio campo. E' proprio questo timore, donde discende un generale atteggiamento di cautela ed anche di reciproca reverenza, che contribuisce a dare stabilità al sistema politico, impedendo che la competizione debordi dalle « regole del gioco » democratico degenerando in traumatici « jeux de massacre ». Lo stesso « logoramento ai fianchi » in cui spesso si risolvono le competizioni, non è tanto funzionale a progettate strategie di « sgretolamento » progressivo del principale contendente — tutti sono consapevoli che i cosiddetti « nemici storici » sono quelli destinati a durare di più! — quanto all'acquisizione di *posizioni relative di superiorità*¹⁶ assegnate più all'incremento

relativo della propria forza che al decremento assoluto della forza dell'altro. Il gioco delle « posizioni relative di superiorità » sottende infatti un conflitto i cui esiti di volta in volta dati non sono mai « a somma zero », ma corrispondono a mutevoli e contingenti posizioni intermedie di « stallo », « punti di sella » ecc. La coscienza comunemente condivisa dai contendenti circa l'ineliminabilità delle basi dell'avversario può addirittura sospingere verso « compromessi » più o meno latenti con possibili sviluppi di tipo governativo¹⁷. La dichiarazione ufficiale ed esplicita di un accordo basato sulla preventiva spartizione del « mercato » contiene tuttavia situazioni paradossali che rendono assai instabili e temporanee tali soluzioni, a meno che esse non siano rafforzate da situazioni di emergenza causate dall'insorgere di « nemici esterni », dal pericolo di catastrofi destinate a coinvolgere indistintamente i contendenti, o, comunque dall'apparire di eventi eccezionali, tali da porre credibilmente un problema di « salvezza nazionale ». Altrimenti se l'accordo tacito, obbiettivo ed implicito, di convivenza assume forme dichiarate ed esplicite, ingenerano rovinose crisi d'identità che possono sgretolare le stesse basi di riferimento delle organizzazioni politiche a confronto.

L'*effetto struttura*, per concludere, segnala le dominanti *morfostatiche*¹⁸ del sistema politico: le lotte concorrenziali fra i soggetti rispondono, in fine, ad imperativi funzionali del sistema che hanno come sfondo i vettori d'integrazione sociale delle masse i quali vengono strutturati e stabilizzati attorno a duraturi equilibri omeostatici. Vale precisare che questo lato dell'analisi non implica necessariamente

l'assunzione di visioni generali della realtà di tipo funzionale-strutturale, giacché nel concreto sviluppo dei sistemi nulla garantisce che l'esito della dinamica sociale si risolva inderogabilmente in « autoconservazione » del sistema stesso. Se si considerano, ad esempio, i complessi rapporti fra struttura di classe-subcultura-comportamento politico non è affatto detto che mutamenti della composizione di classe inducano (o siano accompagnati da) parallele trasformazioni della sub-cultura e si risolvano quindi in stabilità del comportamento di voto. Nelle fasi più delicate del passaggio possono infatti ingenerarsi « vuoti implosivi », oppure feed-back positivi, « stati nascenti » di nuove identità collettive, processi morfogenetici produttivi di nuove configurazioni dello stesso sistema sociale-politico¹⁹. Sotto questo profilo certi elementi di *fluttuazione* possono alternativamente essere tanto la « deviazione standard » inerente la stabilità del sistema, quanto, in circostanze determinate, il « sintomo » di un processo morfogenetico.

Queste considerazioni ci introducono tuttavia all'analisi dell'effetto competizione.

Se l'*effetto struttura* è relativo al processo di spartizione e di prestrutturazione in « campi » monopolisticamente gestiti del mercato, talché, analogicamente, l'intera configurazione assume i caratteri del « mercato oligopolistico », l'*effetto competizione* è invece direttamente riferito agli elementi dinamico-concorrenziali del sistema. Si possono distinguere due tipi di concorrenza: l'una che si esprime fra i diversi campi strutturali, l'altra che si esprime internamente ai singoli campi. Occorre tuttavia rammentare che, a rigore, non esiste una concorrenza

fra campi, ma solo, ovviamente, fra forze politiche. La concorrenza fra campi è null'altro che la risultante oggettiva, *ex-post*, della concorrenza fra le forze politiche. In questo senso essa può essere mediamente ricondotta entro il secondo dei tipi prospettati.

Il tratto specifico della concorrenza interpartitica — sotto questo profilo ad essa solamente peculiare — è costituito dal fatto che i partiti usano le contrapposizioni di campo allo scopo di concorrere alla spartizione del voto entro il loro campo d'appartenenza. Si può in un certo senso affermare che la concorrenza fra i campi costituisce il simulacro immaginario, la rappresentazione scenica fantastica di cui i partiti si avvalgono per la concorrenza immediata con i partiti politicamente contigui.

In tal senso partiti politicamente e socialmente affini sono in concorrenza assai più diretta di quanto non lo siano partiti in netta opposizione, anche se il principio ideale-finale della lotta è su questa opposizione che si fonda. Del resto la lotta politica ordinaria ci offre mille esempi sul fatto che le « liti in famiglia » sono sempre più intense ed accanite di quelle fra le grandi opzioni politiche.

Ciò non toglie, naturalmente, che in particolari circostanze, tali lotte « intestine » possano essere deliberatamente sospese, qualora il preannuncio di un forte spostamento degli equilibri di campo induca diversi partiti a « cartellizzarsi » attraverso l'istituzione di patti comuni, alleanze, fronti, liste unificate ecc. (anche se tali accordi, nel lungo periodo, finiscono sempre per privilegiare i partners più dotati che si avvalgono della stretta vicinanza per « succhiare » impercettibilmente e-

nergie al proprio vicino; ed è per tali ragioni che i partiti minori sono assai reticenti, date le esperienze, a intraprendere questi « fidanzamenti »). In generale, in ogni caso, l'intensità e l'estensione dell'interscambio elettorale all'interno delle singole aree dipendono proprio dalle previsioni dell'elettorato circa loro possibili estensioni o restringimenti. In quest'ultimo caso si crea spontaneamente un afflusso di voti sul partito maggiore dell'area. È difficile tuttavia delineare in proposito una casistica astratta, perché le situazioni storiche assumono di volta in volta tratti assolutamente inediti che possono evolvere in svariate direzioni. Si devono in ogni caso segnalare, in conclusione, due aspetti: a) il modello delineato è costruito sul presupposto che le trasmissioni di voto si realizzino per partiti « contigui », ma soprattutto in relazione all'analisi del comportamento dei partiti, anziché degli elettori, esso « tiene » anche a fronte di comportamenti « anomali » (razionalmente inattendibili) dell'elettorato che, come hanno dimostrato alcune analisi empiriche, possono anche essere rilevanti; b) il fatto che sotto il profilo strettamente concorrenziale, immediato, la lotta fra i « campi » figuri come una sorta di « simulazione », non implica affatto che, in ultima analisi, essa sia poco più di una finzione. Ciò che alla fine residua, a valle dell'effetto competizione, è proprio una ristrutturazione permanente degli equilibri di campo, i cui spostamenti vanno a costituire l'effetto struttura delle competizioni successive. Al di là dei modi di rappresentazione ciò che nell'analisi politica conta sono, in estrema sintesi, proprio queste configurazioni di campo.

4. Crisi e trasformazione dei circuiti di commutazione.

Contrariamente a molte idee correnti, sovente sostenute da visioni politologiche affrettate e spesso prive di fondamento, gli anni settanta non differiscono dai precedenti in virtù di un accresciuto tasso di mobilità elettorale. Come è stato dimostrato da recenti indagini sul comportamento elettorale la mobilità individuale del comportamento di voto (anche fra « destra » e « sinistra ») non è mai stata in Italia molto distante da quegli standards europei da molti ritenuti ottimali, interessando mediamente circa un quarto dell'elettorato fra una consultazione e l'altra. Tutto l'equivoco discende dalla confusione fra stabilità dell'equilibrio fra i partiti e stabilità degli individui-elettori²⁰. Ora, sino agli anni settanta, la mobilità elettorale, pur sempre sostenuta, era di tipo *compensativo*: donde una sostanziale stabilità del quadro politico inteso come insieme di rapporti relativi invalsi fra i partiti. Nel decennio considerato, invece, l'accresciuta mobilità degli equilibri partitici non origina tanto da un incremento della mobilità elettorale quanto da un mutamento di direzione dei flussi. Muta, in altre parole, la configurazione del parallelogramma delle forze: anziché compensarsi, neutralizzandosi, esse tendono infine ad originare una *risultante* che è il prodotto di effetti di tipo *cumulativo*. La direzione di questi effetti non è tuttavia univoca.

Gli anni settanta, in Italia, possono essere letti come la successione di due antitetici sistemi di relazione fra i due circuiti del « mercato politico ». La prima metà del decennio può essere considerata co-

me il compimento di un « effetto struttura » agente sin dagli anni sessanta. La mobilità delle condizioni di offerta si riversa sulle divisioni di campo (sinistra/destra) storicamente prevalenti incrementandone la capacità di incanalare, polarizzandole, le ritrasformazioni costitutive. C'è un processo di « polarizzazione » del comportamento di voto sui due maggiori partiti che assumono, per così dire, il monopolio della rappresentanza dei rispettivi campi d'appartenenza. L'effetto competizione, in altre parole, si risolve in un rafforzamento dell'effetto struttura (discriminanti politiche generali di campo).

In tal caso gli effetti della mobilità sono di tipo *cumulativo* in un senso molto ampio: innanzitutto perché le modifiche più rilevanti — come è stato notato²¹ — vanno ascritte alle mutazioni socio-demografiche del corpo elettorale (i neo-elettori divengono la variabile chiave degli spostamenti di voto); in secondo luogo perché queste stesse mutazioni s'innestano in un complessivo e reciproco riconoscimento dei due circuiti di scambio: le motivazioni d'offerta, che sostengono la direzione dei flussi cumulativi, trovano un referente adeguato nelle condizioni di domanda, rette da quell'effetto struttura dianzi richiamato.

La consultazione elettorale del '76 può essere considerata come il punto di svolta superiore di un processo di « polarizzazione » che molti avevano indicato come irreversibile. Non è qui il luogo per sviluppare una ricognizione in profondità delle cause di passaggio al secondo tipo di relazione nella seconda metà degli anni settanta: interessa innanzitutto focalizzare i diversi stati fenomenologici. Vero è, in ogni caso, che il secondo ciclo esprime una forte

caduta d'identità di quell'effetto struttura che aveva orientato le scelte in polarizzazioni di campo in «senso forte». Alla dicotomia sinistra/destra (e relative soluzioni intermedie ed estreme) tendono a sovrapporsi altre linee di «campo»: laico/ideologico, arco costituzionale/aree politiche periferiche e marginali, conflittuale/consociativo. Poco importa se tali demarcazioni corrispondano ad *opposizioni reali* relative ai rapporti sociali di produzione ed alla costituzione materiale di potere. Come si è avuto modo di accennare, rispetto all'immediatezza dell'effetto competizione, le «rappresentazioni di campo» valgono come pure configurazioni simbolico-sceniche; sono in certo senso il marketing della lotta di mercato. Negli orientamenti di partito più disincantati e strumentali è ben netta la consapevolezza che nello *scambio elettorale* entrano in campo soprattutto *politiche dell'immagine* più che *immagini della politica*.

Il processo di riarticolazione dei campi cresce inoltre su una crisi/ri-classificazione profonda, ora eclatante ora strisciante, dei canali di commutazione che avevano sino ad allora tenuto in comunicazione condizioni d'offerta e di domanda del mercato politico.

Se si considera il processo dal lato del circuito d'offerta del benevoto, v'è innanzitutto come l'insorgere di una crisi motivazionale (identificabile nei numerosi sintomi di «caduta di senso» dell'agire individuale e collettivo) rispetto allo stesso meccanismo di costruzione/allocazione della sovranità attraverso il «mercato politico-elettorale». Nella *separazione* che va esplicitandosi fra i due circuiti del mercato il timore di una impossibilità di controllo sull'output del proprio compor-

tamento diventa una delle condizioni fondamentali della «scelta» del «consumatore sovrano». L'affiorare di elementi neo-localistici così come l'affermarsi di modi immediati e contingenti di aggregazione extra-partitica, possono essere letti come il tentativo soggettivo di riportare il mercato politico al livello della «circolazione semplice», ovvero di un circuito semplificato di relazioni in cui l'attività negoziale si afferma in forme che non impegnano durevolmente la volontà dei contraenti, ed in cui la transazione politica è assai prossima alla logica del «baratto» o dello «scambio in natura». La crisi dei canali di commutazione non sembra tuttavia implicare una caduta d'efficacia del «mercato politico», quanto un progressivo logoramento di quell'effetto struttura polarizzante che sino alla metà degli anni settanta aveva indirizzato la mobilità elettorale cui va sostituendosi una mobilità *più appariscente* (anche se, come detto, certamente non più intensa) incentrata sulla dinamica degli «effetti competitive». Non a caso politologi ed osservatori politici, più o meno consapevolmente influenzati dalle teorie neoliberali del mercato ma di certo sicuramente orientati da potenti istinti di «revanche», plaudono al manifestarsi di effetti deflazionistici sulle condizioni d'offerta (crescita, ad esempio, dell'astensionismo) individuati come la condizione strutturale dell'indebolimento dei fattori d'appartenenza a vantaggio del cosiddetto «elettorato fluttuante».

Avanzano, in tal senso, «esortazioni e auspici a ricostruire un ethos pubblico congruente con l'era post-democratica, una nuova cultura civica fondata nel primato dell'apatia»²².

Non v'è dubbio che i due massimi

partiti della sinistra si siano diversamente collocati in questa tipica scansione del decennio. L'effetto struttura agente nella prima metà degli anni settanta ha indubbiamente beneficiato il PCI, mentre l'effetto competizione agente nella seconda metà sembra maggiormente privilegiare il PSI. Questa differente disposizione²³ ha a che vedere con la diversa collocazione delle due forze entro il mercato politico. E' bene sottolineare l'interità al mercato di questa distinzione giacché certe irritazioni in nome di una presunta estraneità rispetto al dispositivo omologante del mercato appaiono infondata²⁴. E' vero che l'identità specifica (ed irriducibile) di ognuno dei contraenti che entrano nel gioco politico si forma, nelle sue dominanti di fondo, in un processo complesso e multideterminato antecedente ed esterno al mercato politico; ma è nel mercato che le identità «sperimentano i confini del loro potere, con un processo che muta obiettivi, strutture, tattiche»²⁵. Ciò chiaro è tuttavia incontrovertibile che diversi sono i modi ed i percorsi attraverso cui, nel caso specifico, PCI e PSI giungono «all'appuntamento». Nel caso del PCI attraverso una rete complessa di relazioni in cui la transazione politica più rilevante si instaura fra comportamento sociale ed organizzazione di partito in modo *diretto*, prima ancora della mediazione elettorale. Di qui un insieme di corollari relativi ai modelli d'azione quali la necessità congruità fra comportamenti immediati ed orizzonte strategico (progetto), basi originarie dell'identità e

sue ritrasformazioni: fattori convergenti nell'orientare il rapporto con il mercato enfatizzando quelle soluzioni di «struttura» in cui si risolvono le funzioni di «integrazione sociale». Nel caso del PSI attraverso una più immediata correlazione con le logiche e le opportunità contingenti del mercato in una chiave di comportamento prevalentemente tattico-competitiva²⁶.

E tuttavia proprio il riconoscimento del comune terreno di «sperimentazione» (il mercato) di identità che pure conservano la loro specificità, può aiutare a depotenziare il sovraccarico ideologico nel conflitto di questi anni il cui avviamento ha condotto ad una singolare inversione fra «effetti competizione» inter-area ed «effetti struttura» extra-area: i primi trasformandosi in opposizioni strutturali proprio nel momento in cui gli stessi confini dell'area (la sinistra) perdevano in identità ponendo il problema di una loro riclassificazione. Il tema può essere correttamente posto come necessità di una ristrutturazione dei canali di commutazione del mercato politico — che implica una ripresa *fattiva* del discorso intorno all'organizzazione ed al partito — onde attivare l'onda lunga di un nuovo «effetto struttura» sulla quale operare il cambio di potere. Per quanto radicale esso possa essere non potrà comunque non risolversi in un nuovo *modello di gestione del mercato politico*. A questo fine non valgono ovviamente né l'effimero aggiornamento del marketing dell'immagine, né conclamate dichiarazioni d'estraneità rispetto al mercato.