

**In libreria**

**Quinto Tullio Cicerone**  
**Manualetto di campagna elettorale**  
 a cura di **Paolo Fedeli**  
 presentazione di **Giulio Andreotti**  
 Ed. Salerno, pagg. 270, euro 14,00

È il 63 a.C. e Marco Tullio Cicerone, homo novus della politica romana, è candidato al consolato. In questo contesto il fratello minore, Quinto, scrive il *Commentariolum petitionis*, un vademecum elettorale con l'intento di sostenere e consigliare il prode Cicerone nella sfida. L'opera, sulla cui attribuzione non sono mancati i dubbi, viene ora ripresentata, a cura di Paolo Fedeli, dalla casa editrice Salerno. Ed è straordinario verificare come, a oltre due mila anni di distanza, quel trattato di propaganda elettorale sia quanto mai attuale, leggere come sui metodi di conquista del consenso, e ancora prima della simpatia dei votanti, sia stato già scritto tutto.

Si deve partire, suggerisce Quinto a Marco Tullio, da coloro che sono in grado di orientare il voto delle masse: «Se ti saprai procurare l'amicizia dei loro principali rappre-

sentanti, grazie a essi potrai conquistarti agevolmente la massa». Ma è bene incalzare gli elettori uno per uno, mostrarsi amici di tutti e largheggiare con le promesse. «Gli uomini infatti non desiderano solo ricevere promesse, soprattutto quando si rivolgono a un candidato; vogliono anche che siano promesse generose e formulate in termini onorevoli». Se poi la promessa non potrà essere mantenuta, sarà solo responsabilità dell'elettore non aver interpretato bene quanto detto. Ed è per questo che è utile accorgimento non assumere mai impegni troppo precisi. In campagna elettorale un candidato non deve andare troppo per il sottile neanche in fatto di denigrazione dell'avversario.

Dove è possibile, va lanciato il sospetto «appropriato al loro comportamento, o di colpa o di lussuria o di sperpero». Anche l'intimidazione è una carta che va saputa giocare, «cercando di suscitare negli avversari il timore grandissimo di un processo e dei rischi che esso comporta». Per il candidato insomma sembra valere una morale diversa da quella dell'uomo comune. Niente di nuovo sotto al sole. Resta solo da chiedersi, commenta nella prefazione Giulio Andreotti, che i mari della politica a lungo ha navigato, «se sia più da apprezzare la franchezza con cui queste cose erano scritte e pubblicate, sia pure entro

cerchie ristrette e ben definite, degli antichi, o "l'omaggio all'onestà" che ne fa tacere in pubblico i moderni, anche quando nella prassi certi metodi, non esclusi l'insinuazione e la calunnia, continuano a essere ampiamente praticati».

**Itanes- Italian national elections studies**  
**Sinistra e destra,**  
**le radici psicologiche della differenza politica**  
 ed. il Mulino, pagg. 182, euro 12,00

La destra e la sinistra politica indagate sotto il profilo psicosociale degli elettori. Una volta per distinguere l'appartenenza a opposti schieramenti bastava guardare a come ci si vestiva, a quale era la classe sociale di estrazione, la provenienza territoriale. Ora tutto è più confuso.

Ma il votare a sinistra o a destra ha alla base differenti fattori di tipo motivazionale, cognitivo ed emotivo? Una ricerca su un campione di mille elettori, a cura dell'istituto Itanes, tenta di dare la risposta, utile anche a capire come è cambiata la società italiana nei rapporti con la politica. E

se oggi parlare di sinistra e di destra abbia ancora senso.

**Alessandra Ricciardi**

