



Per tutti i contendenti della attuale campagna elettorale i romani - e il loro "bene" - sono solo un pretesto. Sono il terreno di battaglia su cui si scontrano, in una competizione astiosa e cinica, "squadre" il cui principale se non unico obiettivo è quello di vedere la sconfitta degli avversari: a dimostrazione di una propria generica maggiore sintonia con gli umori degli elettori/cittadini, da "spendere" poi per rivendicare la *leadership* di schieramento o per avere maggiore legittimazione nel governare.

Non per "fare" (cambiare, migliorare, modificare): ma per poter gestire il potere, e fruirne in benefici effetti.

E infatti: alzi la mano chi sa, o ha capito quale sia il progetto per Roma dei singoli partiti. Quali siano, per cosa si caratterizzino e differiscano tra di loro, al fondo, i progetti (prima e più dei programmi) di Giachetti, Marchini, Meloni, Raggi. La sola cosa che emerge dal vociare scomposto e vacuo di tutti i protagonisti di questa campagna elettorale è la continua, ossessiva ricerca di "prendere in castagna" l'altro, cercando di minarne la credibilità, la legittimità e la coerenza personali sottolineando e ingigantendo qualunque presunta o effettiva gaffe o *défaillance* etico-politico-mediatica.

Anche perché è, questo, il solo terreno su cui sembrano esserci dei "contenuti" su cui potersi contrapporre. Per contro, non c'è nessuno che opponga la propria proposta, il proprio progetto globale a quello dei competitor: qualcuno cioè che delinei una propria chiara, completa e coerente idea dei mali veri, profondi e strutturali di Roma e dei romani da eliminare/combattere, e la propria idea/proposta per il futuro di questa città e di questa collettività.

E questo perché, evidentemente, nessuno ha una vera proposta da formulare e valorizzare. Soprattutto per insipienza, per assenza di un qualsiasi chiara e nitida visione del 'bene' da perseguire e del principali "mali" da eradicare. Ma anche per opportunismo, ritenendo che la vaghezza del programma aiuti a non impaurire o scontentare alcun *target group* elettorale: per esempio i gruppi sociali da ricondurre nell'alveo della efficienza e della correttezza (*in primis* il vastissimo e ambiguo mondo dei comparti pubblici e parapubblici); o la variegata massa di soggetti portatori di micro interessi personali (piccoli proprietari immobiliari; i commercianti; gli operatori turistici.)

Il confronto elettorale, ormai, non ha nulla di politico. Non è basato su alcun vero contenuto specifico (vale a dire precipuamente romano): ma resta su un piano globale, genericamente ideologico-valoriale (valori "globali" di destra vs valori di sinistra; atteggiamenti pregiudiziali di adesione/opposizione al "sistema"); o sulla maggiore o minore fascinazione personale dei singoli candidati.

D'altra parte questi continui "siparietti" di polemiche personali hanno una loro utilità tattica: da un lato conferiscono grande spettacolarità alla "battaglia" elettorale; al tempo stesso la forte personalizzazione del confronto e delle polemiche alza una spessa cortina fumogena dietro cui nascondere il vuoto progettuale. E consente di non impegnarsi in nulla di realmente cogente e vincolante, in caso di vittoria: un confronto sul piano puramente ideologico e personalizzato serve solo a far vincere una 'parte' sulle altre, non un progetto sugli altri. E, dopo, non ci sarà alcun preciso "impegno" da dover rispettare..

E i media? Asseccano, e al dunque favoriscono questo svuotamento definitivo del confronto elettorale di ogni contenuto realmente progettuale: cioè autenticamente politico.

Di fatto: lo legittimano. E lo radicalizzano.