

ELEZIONI EUROPEE. L'IMPORTANZA DELLA PARTECIPAZIONE

Votare per non lasciar decidere solo agli altri

Almeno di due mesi dal voto per il rinnovo del Parlamento europeo il clima elettorale si sta surriscaldando. Leader e partiti preparano le liste dei candidati (e nel frattempo ingaggiano confronti e diverbi non sempre interessanti sul piano politico); i sistemi elettorali nazionali oliano gli ingranaggi; lo stesso Parlamento europeo è impegnato in una serie di votazioni per portare a termine importanti iter legislativi maturati in questi anni. In primo piano figurano le grandi sfide del momento

(guerra, sicurezza e difesa, economia); sullo sfondo rimangono le "urgenze" di sempre, derubricate e poste in secondo piano: invecchiamento demografico, migrazioni, cambiamento climatico, riforme istituzionali, rapporto UE-Stati membri, cittadinanza. In vista del voto s'impone semmai il grande tema della disinformazione. Il quale comprende almeno due aspetti. Il primo riguarda la conoscenza, o meno, dell'Unione europea da parte dei cittadini dei Paesi aderenti. Conoscenza necessaria per esprimere un voto consapevole. Ma quanti cit-

tadini europei hanno dimentichezza, o anche solo una infarinatura, dei Trattati Ue, delle istituzioni comunitarie e delle loro competenze e ruoli? Quanti saprebbero indicare i poteri del Parlamento di Strasburgo rispetto al Consiglio o alla Commissione? Per una cittadinanza attiva non sono elementi di secondo piano. Ma l'altro aspetto della disinformazione attiene alle più volte segnalate, possibili e temute ingerenze straniere o di poteri occulti interessati a destabilizzare l'UE o a intralciare in vario modo il processo di integrazione politica, economica e sociale



Una seduta del Parlamento europeo a Strasburgo (foto SIR/Marco Calvaresi)

dell'Europa. Di quell'Europa che è – o dovrebbe essere – portatrice di pace, democrazia, diritti, innovazione e sviluppo. Non a caso l'UE ha dato vita a una task force per svelare fake news tendenti a raccontare il falso sull'Unione o a minarne la credibilità presso gli elettori europei. Per maggiore trasparenza, proprio a due mesi dalle elezioni (6-9 giugno), sono entrate in vigore nuove norme comuni sulla pubblicità politica che stabiliscono standard condivisi nel mercato interno in materia di trasparenza e targeting della pub-

blicità politica, «consentendo ai cittadini di identificare i messaggi che cercano di influenzare le loro opinioni e decisioni politiche», come specifica una nota della Commissione. Queste regole vorrebbero favorire «un dibattito democratico aperto ed elezioni libere». La pubblicità politica «deve ora essere chiaramente identificata come tale e indicare chi l'ha pagata e a quale prezzo» si precisa da Bruxelles. Ciò che peraltro avviene già in alcuni Stati membri. Vira Jourová, vicepresidente della Commissione, ha di-

chiarato in proposito: «La nuova legge rende la pubblicità politica più trasparente e stabilisce protezioni più forti contro le interferenze e le manipolazioni straniere. Sarà più facile per gli elettori votare, identificare i contenuti a pagamento, sapere chi ha pagato la pubblicità elettorale». Tali norme si applicheranno già per le elezioni europee di quest'anno. Presentando la campagna istituzionale per invitare i cittadini al voto, la direzione generale della comunicazione del Parlamento europeo aveva non a caso messo in guardia «da una delle principali minacce al voto: la disinformazione». Nella stessa occasione era stato presentato lo slogan di tale campagna: "Usa il tuo voto". Per dire della rilevanza della partecipazione democratica espressa anche, seppur non solamente, nel momento elettorale. Per evitare – per dirla in altro modo – che altri decidano al nostro posto.

Gianni Borsa