

A tale proposito, Sorice cita Colin Crouch e il suo libro *Postdemocrazia* per descrivere l'affermazione di partiti caratterizzati da una crescente professionalizzazione della politica, orientati da sondaggi d'opinione e guidati da lobby e da leader mediaticamente efficaci, «un processo il cui esito finale è la commercializzazione della cittadinanza»<sup>5</sup>.

Sorice, quindi, saluta positivamente «l'avvento» del fundraising, ma solo se contestualizzato in una democrazia che consenta ai cittadini un accesso sostanziale – e non solo vicario – alla politica. Un sistema in cui la politica (la politica, non banalmente i partiti) sia in qualche modo supportata dallo Stato e la partecipazione alle competizioni elettorali non sia vincolata dalle disponibilità economiche.

Gianluca Sgueo non condivide quest'ultimo punto. «*In linea di massima è vero che eliminare qualsiasi forma di sostegno pubblico creerebbe nei partiti l'esigenza (o la tentazione) di affidarsi*

*a soggetti in grado di sostenere in tutto o in parte le campagne elettorali. Ma il caso americano dimostra che non vengono eletti solamente i multimiliardari. Si candidano spesso, ma raramente vincono. Questo perché anche i candidati con patrimoni non particolarmente ingenti possono ambire a costruire macchine organizzative capaci di racimolare tutti i fondi necessari. Né Clinton né Obama erano miliardari, per fare un esempio». E per ciò che concerne il tema della rappresentanza degli interessi, Claudio Velardi parla della necessità di una regolamentazione dell'attività di lobbying<sup>6</sup>. «Bisognerebbe disciplinare in maniera trasparente la rappresentanza di interessi, per cui non dovrebbe esserci nulla di male se un gruppo imprenditoriale finanzia questa o quella forza politica e se naturalmente si aspetta in cambio dei provvedimenti favorevoli; d'altro canto, anche prima si rappresentavano interessi di categorie quando si portava ad esempio la Coldiretti in Parlamento».*