

Dentro il Pci

Mass media e politica

Le novità (e i rischi) della comunicazione istantanea

di **Walter Veltroni**

1° presidente della Commissione informatica e politica

Quando sento «ti discorsi istantanei» (con i termini fuorviati del linguaggio comune) l'impressione è sempre esclusa e come se mi dicessero di andarci perché tanto non c'è più per me. È una delle testimonianze che ho fatto in un grande convegno per un convegno internazionale sulle tecniche del pubblico e della politica. Un frammento piccolo ma esemplare delle state di misfatti di stanchezza di critica diffusa alle forme tradizionali della comunicazione politica. Il rapporto tra partiti e cittadini passa attraverso un insieme numeroosissimo di mezzi di comunicazione: dal volantino al giornale, dall'audio alla televisione pubblica e privata. Ciascuno di essi ha propri apparati propri linguaggi e tecniche di comunicazione propri destinatari. Stare dentro questo nuovo scenario presuppone per un partito di massa un elevatissimo e capiente di comprensione dell'insieme di relazioni e implicazioni che costituiscono il panorama della comunicazione politica. Sentiamo cioè che all'interno di questo tema penetrano non solo in uno dei centri nevralgici fondamentali di un partito di massa ma ancor di più in uno dei nodi decisivi del rapporto tra partiti e cittadini e di democrazia. Per questo non ci convincono le soluzioni subdite e feticciose che molti sembrano darsi a questo che noi ci ostiniamo a considerare un problema per la democrazia italiana. E si discende di un rapido

ricognizione dei linguaggi e dei mezzi dominanti del sistema della comunicazione solo un riepilogo delle tecniche necessarie ad una più istantanea organizzazione del consenso non ci sembra una soluzione all'altezza del problema. Si tende invece a compiere un'equazione più semplice partendo dalla costituzione dell'esistenza di uno spettacolo scenico discendente un duplice disegno statale con la politica: ideando senza mediazioni delle leggi e delle schiavitù della spettacolarizzazione scenica una rincorsa all'appropriazione (o alla divisione) dei contenuti logici della trasmissione di informazione e conoscenza. E per questo vi le esigenze di chiarezza di trasparenza di nudità delle opzioni richieste dal momento rappresentativo di un fatto o di un avvenimento vengono ampiamente delusi.

Alcune delle tribune politiche televisive si sono unite oggi in una diffusa tendenza alla spettacolarizzazione della politica. Gli uomini politici (anche i spudorati) si avventano a «cacciare» le trasmissioni dispicchiole del palcoscenico si fanno fotografi un po' manager e un po' modelli. Ci imbattevo anche chi mi ha detto questi atteggiamenti «diloghi comuni» rovescio come mi ha definito le banalità e i rischi. Un partito di massa un grande forza di trasmissione che voglia sviluppare nelle diverse condizioni gli strumenti e le capacità di dialogo con i cittadini può e deve nel rifiuto i trucchi della politica spettacolo respingere anche tutte le tendenze idiosincrasie alle novità emergenti del rifiuto romantico della demonizzazione in cronistiche.

Il partito comunista in questo quadro non può proporsi solamente il compito di immediato con una operazione verticalista. La sua immagine e le sue attività di partito di massa una realtà storica di azione culturale e dell'organizzazione del rapporto con i cittadini hanno sì che l'immagine del Pci sia un prodotto di una molteplicità di fonti che si estende e si diversifica per appartenenze sociali e geografiche in ogni classe culturale. È necessario dunque far compiere un passo avanti nel complesso delle forze che operano nel campo della nostra iniziativa propagandistica. E ciò è possibile solo se formiamo il supporto di riflessioni necessarie a far comprendere il peso politico del problema. È certo necessario fondare il dibattito sulla comunicazione politica su una ricognizione dei mutamenti intervenuti in questi anni nel rapporto tra cittadini e politica e partiti. Il che non va dimenticato è il paese occidentale nel quale è più elevato il tasso di partecipazione alle vicende della politica. Lo dimostrano i dati della partecipazione alle elezioni dell'adesione a partiti e sindacati della presenza negli organi di democrazia diffusa. Lo confermano anche la tradizionale imponente ed estesa partecipazione di cittadini a lotte sociali e politiche e a battaglie per l'affermazione di diritti civili. E questa è un'altra parte una delle caratteristiche della «modernità» del «caso italiano». Questa diffusa e disponibile alla partecipazione politica non può essere considerata però — come invece spesso si è fatto — come un dato metastorico una certezza al riparo dei tempi e degli sviluppi storici. In realtà oggi il rapporto tra cittadini e la politica vive una delle stagioni più difficili come ha dimostrato il caso dei referendum.

Chi può negare e non trascinare carico l'esistenza di una crisi profonda del rapporto tra cittadini e politica e partiti? A

Propaganda e modernità

Un'immagine vera, non politica spettacolo

di **Maurizio Boldrini**

responsabile del settore Stampa e propaganda

Vi furono gli anni degli «agit prop» quando propaganda e agitazione dovevano andare a braccetto. Era un partito con venature ideologiche da non rimpiangere. Poi vennero gli anni del giornale mensile e di quello parlato. Si perfezionò il regno del ciclostile. Apparve la verigrafia e il disco (sul padrone mi ha detto la politica «roba sporca») cantava una robusta voce alternativa (era il '68). E poi la «macchina» cinematografica — 2000 in un sol colpo — la famosa super otto croce e delizia di non pochi segretari di sezione.

Altre stagioni, altro partito, altri modi di comunicare. Ma quando giorno dopo giorno nel rapporto con le Federazioni e con le sezioni avverto sempre più il rischio di un partito in deflagante attesa e con il rischio di diventare afora quando oggi ascolto sempre più frequentemente — nel partito e nei convegni che si moltiplicano — i cantori delle magnifiche e risolutive sorti della pubblicità in politica non posso fare a meno di ricercare il bandolo della matassa di quello che dovrebbe essere il modo di comunicare e di fare propaganda di un partito che cambiando profondamente vuole rimanere di massa. In quel passato non vi è nulla di consolatorio. Vi è semmai lo stimolo a ricercare le forme e la creatività, la modernità del saper comunicare del saper agire sul senso comune della gente. Ma come mi sento ripetere spesso il Pci tiene ancora in piedi una commissione propaganda? In questa domanda vi è implicita tutta la polemica sull'uso che della propaganda si è fatto nei decenni trascorsi sul suo snaturamento sul suo essersi sempre più espressa come concessione ad una comunicazione marcatamente ideologica e pedagogica della politica. Ed allora ridare dignità alla propaganda vuol dire rintracciarne le motivazioni di fondo.

Attraverso una corretta azione di informazione e di rapporto con la pubblica opinione attraverso un miglioramento della nostra strategia comunicativa che tenga conto ad esempio della sempre maggiore incidenza dei mass media nella società contemporanea. Allora nuove ed efficaci metodologie (il governo del processo della comunicazione) nuovi strumenti e linguaggi (l'elettronica con le sue immense potenzialità e la semplificazione del linguaggio). A proposito perché non rilanciamo una lettura di massa di quel magnifico libello «lavoro culturale» che Luciano Bianciardi scrisse sul linguaggio dei funzionari e dei politici?

Tutto questo può permetterci di navigare con maggior senso della nostra identità tra chi nel nome di un malinteso senso della modernità ci invita a rifarci semplicemente il «look» e chi al contrario ci invita a rimanere fermi nell'ammirazione del nostro passato. La sezione propaganda e alle prese giorno dopo giorno con tutto questo con il bisogno

La macchina-partito com'è e come deve cambiare

irrinviabile di rinnovamento. Usando con coraggio il nuovo (sondaggi ricerche di mercato analisi dei linguaggi) rapportandosi con le nuove professionalità (tecniche della comunicazione grafica pubblicitaria) promuovendo una campagna di adeguamento delle strutture di propaganda per tutto il partito (il video registratore il grande schermo sono ormai vitali quanto il ciclostile). Questo senza però assegnare al nuovo — ai sondaggi ad esempio — una funzione taumaturgica sono strumenti per lavorare per lavorare meglio. E questo lo facciamo superando incrostazioni battendo resistenze. Chissà come mai nel momento in cui tutti dovrebbero aver capito che la comunicazione è sempre più una delle forme essenziali del sistema politico si manifesta la tendenza in molti gruppi dirigenti a marginalizzare questo vitale settore. Rinnovarsi giorno dopo giorno dal manifesto dettato in fretta e furia per far fronte alla contingenza politica alla campagna più curata sui grandi temi del paese dalla individuazione di una strategia elettorale al costante rapporto con il complesso mondo dei mass media. Tutto deve essere finalizzato a rendere chiara nitida ben comprensibile unitaria l'immagine del partito. E per far questo e da ridare voce al partito innanzitutto alle sezioni che sono state meno di altri organismi al riparo dalla tumultuosa crisi di questi anni. C'è il nuovo che va usato. C'è il vecchio da non gettare via in blocco. A volte milioni di cartoline la diffusione organizzata dell'Unità o una petizione su un problema reale della gente contano più di uno spot a volte però lo spot è insostituibile a volte il porta a porta (ora lo scoppiano anche gli americani!) e un toccasana a volte il grande schermo ci avvicina alla gente quanto e più del vecchio comizio. Importante è sapere cosa dire e scegliere i mezzi per dirlo nel modo migliore. A seconda dei diversi momenti della battaglia culturale e politica.

Ma sempre senza schematicismi burocratici. Ma sempre con fantasia. Come seppa fare — ed allora la pubblicità non impersava — Gian Carlo Pagetta quando dal suo cilindro di grande comunicatore tiro fuori quella memorabile campagna che è rimasta nella testa di noi tutti sui «forchettoni».



Bologna, al dibattito

Nell'apparato al centro e in periferia

Scambio di idee e di esperienze per superare i vizi «ministeriali»

di **Michele Magno**

responsabile della Commissione lavoro

Politiche del lavoro e legislazione sociale ruolo del sindacato e strategie contrattuali diritti dei lavoratori e struttura delle relazioni industriali sono solo alcuni dei principali temi in cui la nostra Commissione è impegnata «istituzionalmente». Ma in questi avverbio si nasconde un'insidia. L'attuale divisione del lavoro nel centro e nella periferia del partito infatti è esposta al rischio di generare logiche «ministeriali» di separazione delle competenze. A Botteghe Oscure ad esempio le questioni del bilancio pubblico dello Stato sociale dell'assetto produttivo e appunto del lavoro sono assegnate alle responsabilità di specifiche e distinte sezioni. Se all'occhio dell'esperienza compiuta negli ultimi due anni dovessimo esprimere un giudizio su quest'architettura organizzativa non potrei che sollevare forti dubbi e perplessità. Non è in discussione ovviamente la necessità per il Pci di contare su specialismi sempre più «intelligenti» e culturalmente solidi. È piuttosto in discussione credo l'ormai comprovata difficoltà a metterli seriamente in comunicazione tra loro. Una difficoltà che investe l'efficacia stessa della battaglia culturale e politica. Ma sempre senza schematicismi burocratici. Ma sempre con fantasia. Come seppa fare — ed allora la pubblicità non impersava — Gian Carlo Pagetta quando dal suo cilindro di grande comunicatore tiro fuori quella memorabile campagna che è rimasta nella testa di noi tutti sui «forchettoni».

Se queste osservazioni hanno un minimo di fondamento è evidente che occorre riorganizzare l'attività del partito e il funzionamento delle sue articolazioni «burocratiche» sulla base di dipartimenti intersettoriali e di grandi aree tematiche raccorpendo proprio ciò che la modernizzazione capitalistica tende a frantumare nella società civile e nel governo dell'economia. Per una Commissione come la nostra inoltre la concretezza della cui elaborazione è strettamente legata alle sue traduzioni legislative e particolarmente vitale un rapporto «di scambio» con i gruppi

non muovano solo lungo i canali consolidati centro periferia.

È il modo in cui si esercita la funzione dirigente che deve essere ripensato. Non nel senso di una critica distruttiva degli apparati. Il problema è semmai quello di una forte riorganizzazione e di una maggiore mobilità di ruoli nell'apparato. Insieme alle esigenze di un'organizzazione che soprattutto per gli esecutivi deve essere fondata sul consenso su un appoggio di fiducia e di vicinanza anche attraverso nuove norme che delimitino le competenze e dell'attività di controllo e di revisione.

Abbiamo bisogno infatti di elevare il livello di responsabilità e di professionalità nell'esercizio della funzione dirigente e di porre in un equilibrio diverso nella composizione degli organi dirigenti mettendo alla prova anche in quelli esecutivi le capacità di direzione e le competenze di compimento funzioni.

Ad un grande impegno culturale e politico siamo dunque sollecitati per difendere e sviluppare non le nostre istituzioni di un modello ma la sostanza di una concezione del partito di massa che non intende rinunciare alla partecipazione all'attività politica e delimitare il numero possibile di cittadini in un'attività simbolica ed in pratica.

Un grande partito democratico dunque che intende praticare la direzione politica e amministrativa di massa e di esperienze e culture diverse e in un'insieme di esse separate non come funzione per sé ma come un'azione di «primi» che non riesce più di fronte al nuovo panorama culturale e politico. Di un grande partito riformista che ha un bilancio non solo in termini di lavoro ma di iniziative e di donne per il successo delle loro battaglie e per il rinnovamento del Paese.

È chiaro che il compagno Alessandro Natta ha invitato in questi giorni tutti gli iscritti non a smuovere solo un'inchiesta loro rivolta di cenamere l'adesione al Pci ma a ripresentare anche le sollecitazioni e quel milione e mezzo di compagni che «ci sono iscritti al partito e ce l'è che non lo sono ma che apprezzano e condividono le analisi le proposte e le lotte del Pci» ad iscriversi per dare un contributo al rinnovamento del Paese ed al rinnovamento dello stesso Pci.



Roma, sessione di Ponte Milvio