

# Cara campagna, cara campagna,

mi rivolgo direttamente a te per richiamare la tua attenzione sull'apertura, dal 1 dicembre di quest'anno, della Campagna di tesseramento al Pci per il 1991.

Questa importante scadenza - nella quale ogni anno aderiscono al Pci centinaia di migliaia di donne e di uomini - assume quest'anno un significato particolare. L'apertura del tesseramento coincide, infatti, con l'avvio dei Congressi di Sezione in vista di quel XX Congresso nel quale tutti gli iscritti saranno chiamati a discutere e a votare sulla proposta di fondare un nuovo partito. Un nuovo partito che non nasce dal nulla, ma che affonda le sue radici proprio nella storia e nell'esperienza del Pci: per questo nel simbolo del nuovo partito che ho proposto - e che anch'esso sarà sottoposto al voto degli iscritti nei Congressi di Sezione - ai piedi dell'albero della sinistra e della libertà, vi è il simbolo del Pci.

Aderire oggi al Pci, in un passaggio così importante per la storia e il futuro della sinistra, è, dunque, la migliore garanzia che nel nuovo partito si trasferisca tutta intera quella esperienza politica e organizzativa dei comunisti italiani in cui tanta parte della società italiana ha riposto fiducia e speranze.

D'altra parte proprio le cronache politiche di ogni giorno ci dicono come in Italia vi sia necessità di un grande partito di massa, di sinistra, di cambiamento che si batte per realizzare obiettivi di giustizia sociale, di liberazione umana, di risanamento morale e politico.

Le trame antidemocratiche emerse con la scoperta dell'operazione Gladio; il persistere di una situazione di allarme

nel Mezzogiorno, ove ai già gravi problemi di un distorto sviluppo economico si aggiungono gli effetti drammatici dell'attività criminale della mafia e della camorra; i gravi sintomi di recessione economica, manifestati dalle difficoltà di aziende come la Olivetti e la Fiat; la sfiducia crescente dei cittadini verso una condizione di degrado e di inefficienza dello Stato e della Pubblica Amministrazione; la condizione di precarietà in cui - nonostante la crescita di ricchezza di questi anni - vive una parte della società, anziani e giovani in particolare; le difficoltà che si frappongono ad una piena affermazione di una vera parità tra uomo e donna: tutto ciò richiede una grande forza che sappia dare voce ad una diffusa domanda di pulizia e cambiamento che sale da tanta parte della società italiana.

Per questo è vissuto fino ad oggi il Pci; per questo oggi il Pci mette se stesso al servizio di un'operazione ambiziosa - dare vita ad un nuovo partito - capace di contribuire all'obiettivo di una sinistra di governo.

Sono queste le ragioni per cui ti rivolgo l'invito ad aderire al Pci: per essere protagonista del XX Congresso; per essere partecipe di un momento decisivo per la vita del nostro Partito e dell'intera sinistra; per portare le tue idee e le tue speranze nelle lotte di rinnovamento di ogni giorno.

Per questo ti chiedo di contattare le compagne e i compagni della tua Sezione per prendere la tessera Pci per il 1991.

Ringraziandoti per la cortese attenzione che mi hai voluto riservare, con viva cordialità

Achille Ciliberto

# Una sinistra nuova è necessaria per la democrazia.

Tesseramento 1991

Desidero iscrivermi per partecipare alla costruzione di un nuovo Partito	
Altra spedisci questo coupon alla Direzione del Pd, Sezione organizzazione, via delle Botteghe Oscure 4, 00186 Roma.	
Oppure invia alla Sezione del tuo quartiere o del tuo posto di lavoro. A prezzo:	
nome _____ cognome _____	protezione _____
città _____	prov. _____ cap. _____
via/piazza _____	data _____
telefono _____	



Pci: il coraggio di cambiare.

## IL PUNTO

Un filosofo, Michele Ciliberto, una giornalista, Licia Conte, un dirigente politico, Raffaella Fioretta a confronto sui temi della comunicazione

Ma la scala adesso si è ulteriormente complicata. Che cosa è successo? «La crisi è duplice riguarda la concezione della politica e lo Stato. Ed è legata a processi di alfabetizzazione, crescimento della cultura e protagonismo individuale».

Oggi dunque è veramente esaurita la funzione della propaganda? «Non so - risponde Raffaella Fioretta, che si occupa del settore propaganda nel Pci

«Nella loro forma attuale appari come la televisione e il cinema non servono alla comunicazione, ma ad impedirla», scrive Hans Magnus Enzensberger. Non per muovere una critica ai mass media *tout court*, ma all'uso che se ne fa. Un pensiero della sera da aggiungere alle riflessioni sul tema della comunicazione politica come risposta possibile alla crisi della partecipazione e dei modelli di trasformazione della società. Soprattutto per chi pensa alla politica come scatola vuota, accattivante nella forma ma senza contenuti, che faccia solo presa sui consumatori - gli elettori - il più efficacemente possibile.

Non si tratta né di apprendere norme d'uso di mezzi che, senza alcuno sforzo di analisi e di comprensione della società, compiano una sorta di miracolo né, è ovvio, di demonizzare media e pubblicità perché contaminerebbero i contenuti della politica. «La comunicazione - spiega Licia Conte, giornalista ed esperta di informazione - non è un sistema di vasi in cui un pensiero, quando è maturo, possa travasarsi. Alla base di questa concezione stanno un'idea elitaria di come si forma il pensiero politico, un'idea semplificata dei mezzi di comunicazione di massa e, a volte, una loro demonizzazione. I media

## Le idee della politica

sono linguaggi autonomi: bisogna comprenderne i codici. Se vengono avvertiti come pericolosi è perché costengono a un confronto continuo, a una contaminazione. I pensieri che entrano nel circuito cambiano i media, ma vengono anche a loro volta cambiati».

I mezzi usati per la comunicazione, dunque, non sono neutri contenitori, ma agiscono sui contenuti e li modificano. Giorgio Grossi, sulle «Lettere alla cosa» del 23 novembre scorso, ipotizzava la fine della politica come trasmissione di un sistema di verità dall'alto verso il basso sostituita dall'interazione comunicativa come processo a due vie. Siamo di fronte a una grande novità destinata a rivoluzionare il rapporto tra partiti, classe politica e società civile? Oppure dietro la presunta «rivoluzione copernicana» dell'integrazione politica si nasconde semplicemente la presa d'atto della scomparsa, peraltro già consumata, di un progetto, di un orizzonte di «verità» politica, prefabbricato, all'omologazione di tutti i partiti?

L'analisi di Grossi sembrerebbe rimandare a una prospettiva, diciamo così, laico-dialogica e quindi, in ultima analisi a una versione «debole» della politica. «Non si deve rinunciare a un universo simbolico forte - avverte il filosofo Michele Ciliberto - Si tratta di ripensare la comunicazione politica a partire dai processi di differenziazione e liberalizzazione. Occorre dunque

velli. Deve confrontarsi con la società attraverso i canali di comunicazione ai quali hanno accesso tutti. Si pone allora un problema inedito: quello di comprendere il linguaggio di questi mezzi di comunicazione».

La funzione di un partito di massa come il Pci era anche quella di stabilire collegamenti tra i suoi iscritti, comunicando un'idea di trasformazione della società. Secondo Licia Conte, bisogna invertire la rotta: i sapienti politici devono circolare dal basso verso l'alto attraverso le

non possono più calare dall'alto

**CRISTIANA PATERNÒ**

una nuova etica della comunicazione. Pensare la politica solamente in chiave programmatica o laica significa depotenziare fortemente la comunicazione politica. Diceva Labriola a Croce: «Tu vuoi togliere a Marx tutta la dimensione politica, rivelando la sua natura scientifica e ne vuoi fare uno scienziato sociale. A te interessa solo il 5% di Marx, ma è il resto che conta. Contano i simboli e le bandiere per fare grandi movimenti politici». La perdita della dimensione sim-

bolica implicherebbe l'accettazione di una prospettiva debolista o della politica come marketing. La propaganda - prosegue Ciliberto - era la forma propria della comunicazione nella politica di massa del Novecento. Non solo come comunicazione verbale. Anche i mausolei costruiti sulle cime dei monti dai nazisti erano forme di propaganda, simboli. È stata la risposta al problema della comunicazione politica su larga scala.