



- ◆ «Il governo non comunica bene ma è anche vero che giornali e tv sono più versati nelle critiche che non nell'elogio»
- ◆ «Questo esecutivo come quello di Prodi è sulla difensiva, non riesce mai ad imporre l'agenda del dibattito»
- ◆ «A differenza di Alberto Asor Rosa non so più bene cosa significhi la parola sinistra, riformista o meno»

L'INTERVISTA ■ OMAR CALABRESE, semiologo

«Difficile comunicare se si naviga a vista»

BRUNO GRAVAGNUOLO

ROMA «È vero, questo governo non comunica abbastanza. Ma il difetto è nel manico. Manca una base comune politica a questa coalizione. La legge antispo? È un grande spot a favore del Berlusconi vittima. Basta guardare i giornali». E così anche il semiologo, la butta in politica. In questo caso il semiologo è Omar Calabrese, docente a Siena, ulivista doc, ex assessore comunale, e oggi rettore del grande centro culturale senese di S. Maria della Scala. Ma in che senso la butta in politica? Non nel senso che sottostimi la specifica «debolezza semantica» di chi governa. E nemmeno Calabrese ritiene che non occorra lanciare campagne contro l'avversario. Ma il punctum dolens che lo studioso focalizza sta in un'alleanza malferma, che non diventa «soggetto». Con carta d'identità. Valida per il governo, e con un unico linguaggio: quello dell'Ulivo-partito.

Le attuali forze del centro sinistra non hanno più anime peculiari. Meglio unificarle.

non nell'elogio. Persino per la nostra Tv, di solito cauta, persino per l'Unità è più facile criticare il governo, che non rendergli merito. Inoltre la sinistra non è certo abituata a governare. E in parte i conti tornano...»

In più il centrosinistra è in difficoltà, sotto i colpi del referendum del vittimismo di Berlusconi...

«È innegabile. Questi governi a cominciare da quello Prodi sono sulla difensiva. Anche su-



gli spot, che andavano contingenti e non vietati. In generale sono governi che non impongono mai l'agenda del dibattito. E ciò avviene per mancanza di base comune su cui fare campagna e calcare la scena...»

Sull'entrata in Europa il cavallo di battaglia c'è stato, o no? «Sì, ma una volta conseguito l'obiettivo, ed esaurita la grande discussione comune sulla scommessa europea, ci si è cullati sugli allori. Senza lanciare un altro tema. Questi governi, ecco il punto, difettano di una base concettuale fondamentale. Già era difficile con l'Ulivo e la desistenza. Figuriamoci con la congerie di forze che sostiene il governo attuale».

È un centro, trattino, sinistra. O meglio: un centrosinistra, trattino, centro. Questo passa il convento. Sennò c'è la destra.

«Sì ma dov'è la carta di quest'alleanza, l'alfabeto che la rende riconoscibile? All'epoca del primo centrosinistra i socialisti inventarono con Ruffolo il «Progetto 70», valido o illusorio che fosse. Al Pci non piace-

va. Ma era un programma, veicolava un'idea del paese. E oggi? Oggi non si può comunicare nulla. Si naviga a vista».

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-

va. Ma era un programma, veicolava un'idea del paese. E oggi? Oggi non si può comunicare nulla. Si naviga a vista».

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-



va. Ma era un programma, veicolava un'idea del paese. E oggi? Oggi non si può comunicare nulla. Si naviga a vista».

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-

va. Ma era un programma, veicolava un'idea del paese. E oggi? Oggi non si può comunicare nulla. Si naviga a vista».

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-

va. Ma era un programma, veicolava un'idea del paese. E oggi? Oggi non si può comunicare nulla. Si naviga a vista».

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-

va. Ma era un programma, veicolava un'idea del paese. E oggi? Oggi non si può comunicare nulla. Si naviga a vista».

«Riconvertire il Welfare», con ciò che di penitenziale significa, può essere una meta unificante? «Potrebbe. Magari adducendo l'argomento che tenersi un Welfare insostenibile è più penitenziale, alla lunga, di un Welfare più agile da rifare. Molti altri temi si possono rilanciare. L'occupazione. Oppure ipo-

più, sia in termini di organizzazione, che di circuiti comunicativi. Se non ci affretta a ricostruire una carta dell'alleanza che deve governare il paese con le ragioni fondanti dello stare insieme - questo governo non riuscirà a trasmettere nulla di positivo. E così, attraverso i populismi e le ideologie anti-partito, vinceranno ancora i Guazzaloca».

Una coalizione-partito di tipo ulivista, non rischia di diventare un contenitore informe e notabile, che rafforza il disincanto?

«Ottima domanda. Il punto è proprio questo. Se si concepisce l'alleanza come conglomerato di sigle, che vanno alle elezioni e poi si alleano, allora l'esito è quello. Ma oggi le forze della coalizione non hanno più identità specifica. E allora, o ricostruiscono un orizzonte di identità comune - pur nella reciproca autonomia - oppure falliscono. Perché ormai vengono percepite come gruppi di potere. Insomma, le quindici forze attuali di governo sono deboli. Non hanno più anime peculiari. Tanto vale unificarle. Altrimenti i voti vanno da un'altra parte. È difficile, ma bisogna tentare».

E come replica a quelli - la maggioranza dei ds - che vogliono preservare una sinistra riformista autonoma?

«Non so più bene, a differenza di Asor Rosa, così significhi la parola "sinistra", riformista o meno. Ho l'impressione che l'i-

nevitabile riscrittura dei concetti della sinistra, debba per forza condurre a un amalgama di centrosinistra come contenitore unico. Sinistra riformista, Ulivo, centrosinistra, centro popolare, significano ormai la stessa cosa. Meglio lavorare per superare le barriere».

Fini sceglie la strada referendaria ma preserva il partito. Berlusconi si radica al centro, e attrae il suo partito. La destra non segue il suo schema, professore. Evince...

«Sì, ma loro vincono solo quando trovano delle liste civiche credibili: come a Bologna, Parma, Piacenza, Udine, Padova, Arezzo, Lucca. Altrimenti perdono. A meno che non abbiano una grande forza autonoma e radicata nelle città».

Dalla campagna referendaria radicale il centrosinistra ha qualcosa da imparare?

«Da un punto di vista tecnico, sì. Ma non dimentichiamo che i radicali e la Bonino hanno usufruito di uno spazio inimmaginabile per gli altri, malgrado il vittimismo di Pannella. Certo, sul piano della comunicazione bisogna essere svegli e avvertiti, e mettere però qualcosa dentro il contenitore. Fare politica non significa vendere pannolini. Sono i contenuti liberisti della Bonino a fare la differenza, il consenso sociale liberista che intercettano. Bene, occorre saper rispondere. Chiamando a raccolta gli interessi che i referendum intendono colpire».

L'INTERVENTO

«C'È UN NUOVO MOSAICO SOCIALE, LA SINISTRA LO SA?»

MICHELE MEZZA

La lettera aperta di Network-giovani mi è sembrata la conferma che ancora è aperta la possibilità di vivere la guida del governo come una straordinaria occasione di trasformazione e crescita per la sinistra e non invece come un incubo da cui più d'uno sembra volersi quanto prima risvegliare. Già l'idea che qualche centinaio di giovani ha trovato tempo e voglia per organizzarsi a sinistra mi sembra un evento, il fatto poi che questi giovani siano uniti da una moderna cultura della comunicazione e portino vicino al prodigio. È un segnale che andrebbe colto, decifrato e protetto con cura dai vertici della sinistra.

Con grande efficacia, tipico di chi deve semplicemente esporre il proprio interesse materiale e non un'intricata questione ideologica, Network-giovani, non senza qualche salutare sfrontatezza, mette i piedi nel piatto congressuale dei Ds: il punto, dice in sostanza la lettera, è capire chi oggi rappresenta il nucleo portante

della nuova base sociale della sinistra di governo, chi deve essere prioritariamente rappresentato e tutelato dai Ds? Questa è la domanda e la relativa risposta implicita, qui sta la salutare sfrontatezza: è: «Noi». Siamo noi, dicono i ragazzi di Network-giovani, i nuovi produttori che possono sostituire alla base della Quercia il blocco dei lavoratori dipendenti dell'industria materiale che si sta sfaldando, lasciando il principale partito della sinistra con le radici all'aria.

Questo è il tema. Più persuasivo e abbordabile della semplice contrapposizione fra padri e figli. È il nuovo sviluppo la chiave del sistema, una nuova produzione

di risorse frutto di uno spazio maggiore e migliore sul mercato per il nostro paese, a partire dalle sue specificità, quali i contenuti della comunicazione, una grande attitudine ai nuovi consumi, un buon tasso di cultura di base. Questi sono i marchi che vanno lanciati e venduti sulle reti. Se non si scioglie questo nodo le circovolute riflessioni su partito, coalizione, o federazione di centrosinistra che stanno accompagnando le crepuscolari constatazioni sulla crisi di mordente della sinistra mi sembrano scarsamente proficue.

Come operatore della comunicazione, ancorché non più giovane, mi ritrovo nel-

la sfrontata rivendicazione. Sono 4 milioni oggi i lavoratori della società dell'informazione. Diciamo lo stesso numero dei lavoratori dell'industria portante italiana degli anni 60. I 4 milioni di tecnici ed operai che trent'anni fa fecero della sinistra il luogo della propulsione e della coesione nello sviluppo italiano. Il Mezzogiorno, la formazione, i diritti in fabbrica, il modo diverso di produrre, l'uso della scienza e della tecnologia. Sono i grandi temi della modernizzazione degli anni 60/70 che fecero crescere la sinistra, la sua capacità di guidare il nuovo. Nelle grandi fabbriche del Nord e nel tessuto di piccole e medie aziende del Centro-Sud.

Ora che tutto questo sta cambiando bisogna capire qual è il nuovo motore. Tutti dicono che bisogna cercarlo nel nuovo slancio dell'innovazione digitale. Lo dicono ma non lo fanno. Farlo per un partito significa individuare con esplicita precisione ceti e interessi che si vogliono rappresentare e tutelare. Così come accadde nei decenni metallurgici. Questi ceti oggi sono un impasto di piccola impresa, artigiano, formazione, intellettualità diffusa, insomma quello che sta dentro Network-giovani per intendersi. È il comparto dell'innovazione che chiede di essere supportato nella guerra globale dei mercati. Due su tre che hanno trovato lavoro

in questi ultimi 18 mesi hanno contratti atipici, 5 milioni sono i navigatori in Internet, 4 milioni le partite Iva che lavorano in rete, ogni tre mesi raddoppia il numero delle aziende che producono tramite Internet. Sono questi i termini del nuovo mosaico sociale che si sta dispiegando sotto i piedi della sinistra.

A questi dati vanno aggiunti i grandi pilastri: Telecom che cerca una collocazione internazionale, l'esplosione del mercato dei cellulari che rende l'Italia il luogo della grande sperimentazione della telefonia mobile, la Rai e Mediaset che danno risposte diverse all'internazionalizzazione del mercato dell'audiovisivo

italiano e cercano strade per la convergenza multimediale. Questa è la grande riclassificazione del paese, altro che Mani pulite. Bisogna decidere, scegliere chi appoggiare nella competizione, individuare i valori dell'inclusione su cui tarare le politiche dei nuovi servizi, ma soprattutto armare il sistema paese per difendere mercati e punti di eccellenza. Network-giovani chiede una risposta dal partito, arrivando ad ipotizzare di farsi esso stesso parte del dibattito con una mozione specifica dell'innovazione. È una sfida per il gruppo dirigente e l'intellettualità della sinistra. Chi può oggi rileggersi il moderno selezionando priorità di interessi e valori?

Il presidente del Consiglio intervenendo giorni fa a Napoli alla festa dell'Innovazione ha detto, con una convinzione particolare, che il suo governo vuole fare questo: scegliere e competere. Il partito deve, se vuole aiutarlo, stare un passo avanti sia nello scegliere che nel competere. *Dirigente Rai

ABBONAMENTI A l'Unità

SCHEDE DI ADESIONE

Desidero abbonarmi a l'Unità alle seguenti condizioni

Periodo: 12 mesi 6 mesi

Numeri: 7 6 5 1 indicare il giorno.....

Nome..... Cognome.....

Via..... N°.....

Cap..... Località.....

Telefono..... Fax.....

Data di nascita..... Doc. d'identità n°.....

Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedirete all'indirizzo indicato

Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:

Carta Si Diners Club Mastercard American Express

Visa Eurocard Numero Carta.....

Firma Titolare..... Scadenza.....

I dati personali che vi fornisco saranno da voi utilizzati per l'invio del giornale e delle iniziative editoriali ad esso collegati. Il trattamento dei dati sarà effettuato nel pieno rispetto della legge sulla privacy (legge n. 675 del 31/12/96) che intende, per trattamento qualsiasi operazione svolta con o senza l'ausilio dei mezzi elettronici, concernente la raccolta, elaborazione, conservazione, comunicazione e diffusione dei dati personali. Pretro in base all'art. 13 della suddetta legge, esercitare il diritto di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei dati personali. Il titolare del trattamento è l'Unità Editrice Multimediale S.p.A. con sede in Roma, via Due Macelli, 23/13. Con il presente coupon esprimo il consenso al trattamento dei dati per le finalità previste.

Firma..... Data.....

Spedire per posta a: Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 00187 Roma, oppure inviare fax al numero: 06/69922588

l'Unità

DIRETTORE RESPONSABILE
Paolo Gambesca
VICE DIRETTORE VICARIO
Pietro Spataro
VICE DIRETTORE
Roberto Rosciani
CAPO REDATTORE CENTRALE
Maddalena Tulanti

L'UNITÀ EDITRICE
MULTIMEDIALE S.P.A.*
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE
Mario Lenzi
AMMINISTRATORE DELEGATO
Italo Prario
CONSIGLIERI
Giampaolo Angelucci
Francesco Riccio
Paolo Torresani
Carlo Trivelli

Direzione, Redazione, Amministrazione:
00187 Roma, Via dei Due Macelli/23/13
Tel. 06/699961, fax 06/6783555
20122 Milano, via Torino 48, tel. 02/802321

1041 Bruxelles, International Press Center
Boulevard Charlemagne 11/67 Tel. 0032-2850893

20045 Washington, D. C. National Press Building
529 14th Street N. W., tel. 001-202-6628907

Iscrizione al n. 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma. Quotidiano del Pds. Iscrizione come giornale munito nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Certificato n. 3408 del 10/12/1997

l'Unità

Servizio abbonamenti

Tariffe per l'Italia - Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4), n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6), n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7), n. 1 L. 85.000 (Euro 43,9).
Semestrale: n. 7 L. 260.000 (Euro 144,6), n. 6 L. 260.000 (Euro 134,3), n. 5 L. 240.000 (Euro 123,9), n. 1 L. 45.000 (Euro 23,2).

Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1), Semestrale: n. 7 L. 600.000 (Euro 309,9).

Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la scheda di adesione pubblicata quotidianamente sull'Unità VIA FAX al n. 06/69922588, oppure per posta a L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - Indirizzario: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titolari di carte di credito Diners Club, American Express, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicare il numero. Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carte di credito, l'apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento.

Per informazioni, chiamare l'Ufficio Abbonati: tel. 06/69996170-471 - fax 06/69922588. Inoltre chiamando il seguente numero verde 167-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o lasciare messaggi ed essere richiamati.

Tariffe pubblicitarie

A mod. (mm. 45x30) Commerciale feriali L. 590.000 (Euro 304,7) - Sabato e festivi L. 730.000 (Euro 377)

Feriale	Festivo
Finestra 1° pag. 1° fascicolo: L. 5.650.000 (Euro 2.918)	L. 6.350.000 (Euro 3.279,5)
Finestra 1° pag. 2° fascicolo: L. 4.300.000 (Euro 2.220,9)	L. 5.100.000 (Euro 2.633,9)
Marchette di testata L. 4.060.000 (Euro 2.096,8)	
Redazionali: Feriali L. 995.000 (Euro 513,9) - Festivi L. 1.100.000 (Euro 568,1)	
Finanz. Legal-Concess. Aste-Appalti: Feriali L. 870.000 (Euro 449,3); Festivi L. 950.000 (Euro 490,6)	

Concessionaria per la pubblicità nazionale PK PUBBLICOMPASS S.p.A.
Direzione Generale: Milano 20124 - Via Giose Carducci, 29 - Tel. 02/24424611

Arete di Vendita

Milano: via Giose Carducci, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/666521 - Genova: via C.R. Ceccardi, 1/14 - Tel. 010/540184 - 56-78 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/255952 - Firenze: via De' Medici, 44 - Tel. 055/581192 - Roma: via Barberini, 88 - Tel. 06/4200891 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Cagliari: corso Sella, 37/43 - Tel. 095/726311 - Palermo: via Lincoln, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6508111 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305250

Pubblicità locale: P.I.M. PUBBLICITÀ ITALIANA MULTIMEDIA S.r.l.
Sedi Legale e Presidenza: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 Tomi - Tel. 02/748271 - Telefax 02/70001941
Direzione Generale e Operativa: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 Tomi - Tel. 02/748271 - Telefax 02/70002588

00198 ROMA - Via Salaria, 226 - Tel. 06/8356006 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 Tomi - Tel. 02/748271
40121 BOLOGNA - Via del Borgo, 85/A - Tel. 051/249939 50100 FIRENZE - Via Don Giovanni Moretti, 48 - Tel. 055/561277

Stampa in fac-simile:
Se-Be, Roma - Via Carlo Pesenti, 130
Satim S.p.A., Padova Dugnano (MI) - S. Stalato dei Giovi, 137
STS S.p.A., 95030 Catania - Strada 5°, 35
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

ACCETTAZIONE NECROLOGIE

DALLUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 167-865021
oppure inviando un fax al numero 06/69922588

IL SABATO, E I FESTIVI dalle ore 15 alle 18,
LADOMENICA dalle 17 alle 19 telefonando al numero verde 167-865020
oppure inviando un fax al numero 06/69996465

TARIFE: Necrologie (Annuncio, Trigesimo, Ringraziamento, Anniversario): L. 6.000 a parola. Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard.

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax, oltre al testo da pubblicare, indicare: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono. Chi desidera effettuare il pagamento con carta di credito dovrà indicare: il nome della carta, il numero e la data di scadenza.

N.B. Solo questo servizio è autorizzato alla ricezione delle necrologie. Non sono previste altre forme di prenotazione degli spazi.

RICHIESTA COPIE ARRETRATE

DALLUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 167-254188
oppure inviando un fax al numero 06/69922588

TARIFE: il doppio del prezzo di copertina per ogni copia richiesta.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo).

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono.

LE CONSEGNE saranno effettuate per spedizione postale. Eventuali richieste di consegne urgenti saranno effettuate tramite corriere a totale carico del richiedente.

N.B. Sono disponibili le copie dei 90 giorni precedenti il numero odierno.

