

seminari

**IL FENG SHUI  
VA ALL'UNIVERSITÀ**  
Oggi, la Facoltà d'Architettura della Terza Università di Roma, ospita un seminario molto particolare, su un argomento finora considerato tabù dalla cultura accademica: il Feng Shui, l'antica arte cinese di organizzare gli ambienti di vita e di lavoro. È la prima volta che concetti come energia vitale ed equilibrio Yin-Yang riecheggeranno in un'aula universitaria italiana. Ne parleranno l'architetto Mirandolina Di Pietrantonio e a Marco Vannucini, esperto di bioenergetica e consulente Feng Shui.

filosofia

## COLLETTI, LO SCOLASTICO CHE SI CONFUTÒ DA SÈ

Bruno Gravagnuolo

C'era una volta la dialettica marxista. Versione positivista e popolare della dialettica hegeliana, a sua volta erede della dialettica platonica dei contrari - Uno-Non Uno/Parte-Tutto - da Hegel trapiantata sul piano della storia e convertita in sua molla dinamica. Quella versione, canonicamente presentata come «rovesciamento materialistico» della logica dialettica hegeliana, ebbe ampio corso da fine ottocento in poi. Sino alle tarde propagandine, negli anni settanta in Italia, della scuola di Geymonat, neopositivista convertito al marxismo. In realtà suo primo e vero propagandista fu non tanto Karl Marx. Bensì Engels. Seguì da Kautsky, Lenin, Bucharin, Stalin e dalla schiera dei filosofi «Diamat», acronimo sovietico di «materialismo dialettico», che trovò nel biologo Lysenko il suo capofila. Su tutto que-

sto torna il libro dell'epigono brasiliano dell'ex marxista Lucio Colletti: «Perché il marxismo ha fallito. E' un onesta parafrasi dell'esegesi collettiana di Marx, dalla fede marxista - sulla scia di Galvano Della Volpe - al suo abbandono ventisei anni fa. Nell'insieme, un capitolo rilevante della cultura filosofica italiana del dopoguerra. Utile a chi quei dibattiti non li ha vissuti né conosciuti, e che si svilupparono prima dell'ondata liberale anti-marxista di cui sempre Colletti è stato antesignano. Ma il libro, un po' scolastico, è viziato da un equivoco. Lo stesso che inficia le tesi collettiane sui cui è appiattito. Eccoli: l'idea che Marx fosse un dialettico metafisico. E non, come riteneva all'inizio Colletti, un pensatore «scientifico». Ossia che la sua «dialettica» fosse del tutto analoga a quella di Hegel. Dunque totalizzante, magica

e naturalistica. Non è così, perché la dialettica di Marx è solo una maniera di riesporre e visualizzare i conflitti della società capitalistica e del mondo storico-sociale. E di risalire, fenomenologicamente, da questi alle «contraddizioni» congelate nella sfera delle forme simboliche. Ovvero della cultura e dell'ideologia, che sublimano il mondo materiale a coscienza. Significa che l'uso della dialettica in Marx ha un valore critico, anche se non assimilabile alle operazioni e ai protocolli delle scienze esatte, che ovviamente respingono ogni conciliazione dialettica degli opposti. Anche le previsioni del Capitale del resto, avevano valore tendenziale, e non dialettico-processuale. E inevitabilmente non includevano variabili imprevedute, come la forza organizzata del movimento operaio che avrebbe muta-

to a fondo il mercato capitalistico, spingendo molti marxisti - gli stessi che il primo Colletti demoliva in direzione «revisionistica». Di tutto ciò peraltro era consapevole lo storicista Gramsci, attento a non confondere scienze esatte e marxismo. L'errore di Colletti, e del divulgatore Tambosi? E' proprio quello di pensare che Marx credesse ad una filosofia dialettica infallibile, che avrebbe rovesciato l'alienazione economica secondo tappe certe. Laddove si trattava, nella sua parte vitale, di una sociologia critica attenta ai conflitti materiali e ai loro riflessi nella mente.

**Perché il marxismo ha fallito.**  
Lucio Colletti e la storia di una grande illusione.  
di Orlando Tambosi.  
Mondadori, pagine 347, Lire 38.000

# Dimenticata la grande tradizione della comunicazione politica, vincono le tecniche del marketing. Un convegno a Viterbo

## Manifesti politici, la fantasia non va al potere

Foto sbiadite, slogan generici e grafica povera: annoia la «guerra» di brutti fogli che sporcano i muri

Renato Pallavicini

«Volevamo stupirci con gli effetti speciali e invece...». E invece la campagna elettorale, almeno quella che si gioca sui muri e sui manifesti, di speciale non ha proprio nulla. Qualche effetto magari lo fa, se non altro stimola parodie e sberleffi. I manifesti «aroccati» con il faccione di Berlusconi, che circolano su internet (li ha accolti persino il sito ufficiale del candidato premier del Polo) sono la sorpresa più divertente della lunga corsa elettorale. Un portale internet, per farsi pubblicità, ha giocato con la grafica contrapposta (ma simile, troppo simile) dei manifesti di Berlusconi e Rutelli; e una marca di jeans ha subito sfruttato gli slogan imperativi di Berlusconi. Ma per il resto... Il resto, insomma, non c'è o almeno non si vede. Non si vede una particolare raffinatezza grafica, né si vede un'accurata ricerca fotografica. Si vedono, invece, vecchie foto ritoccate (per nascondere una calvizie progressiva) o, peggio, un neanche troppo velato fotomontaggio che fa comparire Berlusconi tra un folto gruppo di donne (sembra una tavola del celebre rompicapo «Dov'è Willy?»); non va meglio dalle parti dell'Ulivo con sfocate istantanee di Rutelli scattate in occasioni pubbliche, che il grande formato non riesce a nobilitare. Si può dare di più, insomma, e senza andare a scomodare i classici della grafica politica, a cominciare dal celebre manifesto di El Lissitzky *Con il cuneo rosso colpisce i bianchi!*, programmatico esempio della grafica costruttivista, basterebbe rivedersi Albe Steiner o, più di recente, Bruno Magno, per oltre un ventennio grafico «ufficiale» del Pci. E per non restare partigianamente a sinistra lo splendido lavoro di Michele Serra per le campagne politiche del Partito repubblicano. Altri tempi, si dirà, non solo per la diversa temperie politico-ideologica, ma anche per un legame culturalmente più stretto con la tradizione delle avanguardie artistiche del '900. Altri tempi, quelli di oggi, in cui la propaganda si è fatta comunicazione politica ed è scivolata verso la pubblicità. Tra i gruppi sorridenti di famiglie, uomini e donne, impiegati ed operai che affollano i manifesti del Polo, e le pubblicità che appaiono sui cataloghi delle vendite per corrispondenza o sui depliant delle assicurazioni e dei fondi d'investimento non c'è poi troppa differenza. Allora, scienza della politica o scienza del marketing? «Il fatto che la propaganda politica utilizzi le stesse tecniche della pubblicità commerciale - spiega Chiara Ottaviano, docente di Sociologia delle comunicazioni di massa al Politecnico di Torino -, non è un'invenzione dei nostri giorni. Goebbels nei suoi diari ammette di aver appreso le lezioni del marketing americano e di averle applicate nella campagna elettorale che portò Hitler al potere. Ma anche il democra-

co Ciacotin - aggiunge -, alla fine degli anni Trenta, diede indicazioni per utilizzare le stesse lezioni per battere il nazifascismo». Stesse tecniche e stessi scopi: «Nella società di massa - spiega ancora Chiara Ottaviano - partiti e movimenti politici che aspirano al consenso elettorale condividono molte aspirazioni proprie del mondo della produzione di beni di largo consumo. Devono far conoscere le loro idee a una moltitudine dispersa nel territorio, come coloro che devono far conoscere un prodotto, soprattutto se nuovo; devono far prevalere l'apprezzamento per le proprie idee sulle idee dei concorrenti, proprio come avviene, nel caso di un prodotto, per chi vuole battere la concorrenza; devono far riconoscere il proprio simbolo, soprattutto al momento del voto, analogamente a quanto succede per la riconoscibilità di un logo e di un marchio al momento dell'acquisto; aspirano, infine - conclude la Ottaviano - a creare rapporti di "appartenenza" e "fiducia" con gli elettori, quella che il marketing chiama "fidelizzazione"».

Resta il fatto che i manifesti dell'attuale campagna elettorale, nel complesso, sono brutti (se si escludono quelli realizzati da Folon per Rutelli, anche se per ora in giro non si vedono). E troppo simili, nell'impostazione. Faccione del candidato premier Berlusconi sulla sinistra e slogan sulla destra; foto di Rutelli a sinistra e slogan relativi a destra. Da sinistra a destra, prima viene l'uomo e poi le idee, almeno nel senso della lettura: sarà colpa del maggioritario? Tra le tinte, sullo sfondo, domina l'azzurro, colore-simbolo del Polo che usa, di preferenza, titoli in giallo; azzurro e giallo nei manifesti locali di An, come azzurro è la tinta dominante nelle affissioni del Ccd. Arancio e una spruzzata di azzurro nei manifesti di Rutelli e nel simbolo dell'Ulivo; verde e grigio-azzurro in quelli di Veltroni, candidato sindaco di Roma. E gli slogan? Blando e piuttosto generici. «del resto devono incarnare valori elementari, prepolitici - precisa Chiara Ottaviano - : sicurezza, famiglia, occupazione, pace, ecologia». Scelte di campo o scelte di vita che siano, sui muri, i due schieramenti scelgono poco. Un po' più di vivacità e magari di cattiveria (senza insulti, per favore!) non guasterebbe, magari ricorrendo alla tecnica della pubblicità comparativa, che sfotte e mette in cattiva luce il prodotto concorrente. Ci toccherà per caso rimpiangere la grafica «ruspante» e contrapposta del dopoguerra, in stile Don Camillo e Peppone, fatta di forchettoni, baffoni di Stalin, barbe di Garibaldi e cavalli dei cosacchi che si abbeveravano nelle fontane di piazza San Pietro?



clicca su

<a href="http://www.arpnet.it/gramsci/mostre.htm">www.arpnet.it/gramsci/mostre.htm</a>
<a href="http://www.bologna2000.it/la_politica_per_strada/roberto.html">www.bologna2000.it/la_politica_per_strada/roberto.html</a>
<a href="http://www.rutelli2001.it">www.rutelli2001.it</a>
<a href="http://www.veltroniroma.it">www.veltroniroma.it</a>
<a href="http://www.forzaitalia.it">www.forzaitalia.it</a>
<a href="http://www.unitus.it/confsem/Alvoto.htm">www.unitus.it/confsem/Alvoto.htm</a>

### il convegno

Da oggi al 5 aprile, a Viterbo, si tiene un convegno dal titolo «Linguaggi della politica nel '900. Propaganda e comunicazione di massa nella storia delle campagne elettorali». Promosso dal Centro Studi per la Storia dell'Europa Mediterranea, dalla Facoltà di Letterature e Lingue straniere moderne dell'Università della Tuscia, in collaborazione con il Centre d'Histoire politique et religieuse de l'Europe contemporaine (Università di Parigi X-Nanterre), il convegno vedrà la partecipazione di docenti ed esperti italiani e di diversi paesi europei. Tra i temi affrontati il ruolo dei notabili nella organizzazione del consenso, l'entrata in scena delle «macchine elettorali», la personalizzazione delle competizioni elettorali e le influenze della tecnologia (dall'amplificazione della voce nei comizi alla radio e alla tv) nel mutamento dei linguaggi della politica.



## UNA CASA TUTTA PER LA PACE

Gabriele B. Fallica

Il Museo per la pace, in Italia si trova a pochi chilometri da Catania, a Paternò, cittadina di 50.000 abitanti. Come sede del museo è stato, simbolicamente, scelto un appartamento sequestrato dalla magistratura ad alcuni esponenti mafiosi della città. Un segnale forte, nell'ambito della lotta alla mafia, che l'amministrazione di sinistra, guidata dal sindaco Maria Grazia Ligresti, ha voluto trasmettere a quella che può essere considerata una delle peggiori piaghe sociali, la mafia. Lo scopo di tale struttura culturale è quello di diffondere messaggi di non-violenza e di pace che da far confluire nella Rete Internazionale dei Musei di Pace. Il programma di gestione prevede anche la creazione di un Istituto di ricerca per la risoluzione non violenta dei conflitti, lo scambio di visite, di esperienze formative e stage fra giovani, la sperimentazione di progetti di educazione alla pace e lo svolgimento, ogni anno, in Sicilia di una manifestazione di ambito internazionale. Il comitato direttivo è composto da cittadini che da sempre hanno mostrato interesse per la tematica della non violenza e sono stati proprio loro, anche attraverso il metodo dell'autotassazione, a far sì che il museo fosse istituito e che cominciasse le attività. Attualmente è retto da un'omonima associazione che annovera diverse decine di soci provenienti da tutta la regione. Semplici cittadini, insegnanti, lavoratori che credono nei principi di tolleranza, uguaglianza e di rifiuto della guerra. La prima mostra organizzata al suo interno è stata dedicata ad Aldo Capitini, fondatore nel 1960 del movimento non violento italiano e seguace di Gandhi. Contemporaneamente è stata allestita una mostra su Peppino Impastato, concerti di musica classica e letture di poesie a tema. Di pochi giorni fa l'incontro con don Antonio Bizzotto, presidente dell'associazione dei Beati Costruttori di Pace, che ha parlato della sua esperienza in Congo, nei luoghi di una crudele guerra civile. Le prossime campagne su cui verterà l'impegno del museo sono quelle contro la tortura e quella informativa sulle mine antiuomo.

## Il responsabile della Cultura all'Avana scrive romanzi e apre cybercafé, ma alla tecnocrazia preferisce l'umanesimo

# Prieto, un ministro tra il rock e Fidel

Maria Serena Palieri

Sembra un dettaglio di un romanzo iperale, ma è vero. In un parco dell'Avana, in occasione del ventennale dell'assassinio, è stata collocata un'effigie del fondatore dei Beatles. «È una statua di bronzo, ma sembra che John Lennon sia nato in quel parco e che lì, seduto, abbia trovato la sua pace» racconta Abel Prieto. «Certo, c'è sempre un fotografo lì davanti che offre ai turisti di farsi la foto con la statua, in cambio di qualche soldo. Ma Lennon sembra ormai incorporato nella nostra "santeria": gli offriamo preghiere e gli chiediamo favori» aggiunge con tipico humour cubano. Prieto è romanziere e ministro della Cultura all'Avana. E, nella sua personale «sante-

ria», l'ibrido altare che nella cultura cubana e bahiana assembla divinità cristiane e «orisha», personalmente congiunge Lennon e Marx, Janis Joplin ed Engels. Di epigrafi tratte dalle canzoni dei maestri del rock, ma anche da vecchi poeti cubani come José Lezama Lima e da un filosofo-imperatore della romanità, Marc'Aurelio, è costellato *Il volo del gatto*, il primo romanzo pubblicato in Italia (editore Marco Tropea, pagg.250, lire 28.000) di questo politico-scrittore, classe 1950, di Pilar del Rio. Prieto è un cinquantunenne deciso a non tradire la sua generazione: la chioma corvina, sopra il corpo abbondante. Che cosa racconta *Il volo del gatto*? Tutto. S'intende: tutta Cuba. La Cuba che si stende tra i primi anni Sessanta, alba della Rivoluzione e sbarco alla Baia dei Porci, e la fine degli anni Novanta, dopo il crollo del blocco so-

vietico, la spaventosa crisi economica, le forzate riforme del castrismo e la cosiddetta «dollarizzazione». *Il volo del gatto* è, appunto, la storia di una «combriccola» di compagni di liceo appassionati di musica americana e inglese: quel tipo di musica però, *Imagine* e Bob Dylan, che permette di sognare «altro» senza perdere in rigore rivoluzionario. Vi spiccano il mulatto Freddy Mamoncillo e il bianco Marco Aurelio Escobedo detto il Piccolo, amici-rivali, che finiranno per contendersi la stessa donna. Ma che contendono anche sul piano dei valori: il mulatto ama il dominio, gioco semplice che si anima del contorno di chiacchiere, il bianco ama gli scacchi, gioco complesso che richiede il silenzio, il mulatto ama il meticcio e il bianco è devoto allo stoicismo del Marc'Aurelio più grande e ama la purezza, il mulatto manifesterà

col tempo una certa attrazione per le Cose, il bianco s'intestardirà nella sua devozione allo Spirito. Prieto ci invita a cogliere un'assonanza con un film che ci appartiene: il duello tra gli ex-compagni partigiani Gasman e Manfredi in *C'eravamo tanti amati* (Ettore Scola, racconta, gli ha inviato all'Avana una cassetta-omaggio). *Il volo del gatto* ci racconta un lavoro ideologico, ma sì, in fondo spirituale, che noi, in questa parte di mondo, ci siamo dimenticati da un bel pezzo: «A Cuba lo stoicismo fa parte della cultura rivoluzionaria e a esso è contrapposto il desiderio delle Cose. Così come fa parte della nostra mente la valutazione costante se ogni avvenimento, ogni fenomeno, debba essere valutato come Avanzamento o Arrestamento» osserva Prieto. E che cos'è Avanzamento e cosa Arrestamento? Secondo un razzismo tuttora

esistente nell'isola, racconta, una donna bianca che sposa un nero arretra, mentre, al contrario, l'uomo, sposando la bianca, avanza. Ma, siccome Prieto è scrittore, ma è anche un ministro castrista, piovono domande sulla politica cubana. Prieto non tradisce Fidel: spiega che per lui è stata di sicuro «avanzamento» la Rivoluzione, che impedì «a Cuba nel '59 di diventare una Las Vegas, un'isola dei giochi corrotta e prostituita, nelle mani della mafia nordamericana». «Arrestamento» fu la terribile crisi economica degli anni Novanta. Trasformatasi in «avanzamento» grazie al trucco di imporre tasse sui beni comprati in valuta estera negli shopping appositi: redistribuzione sociale delle rimesse dei fuorusciti. «Avanzamento» è ancora la campagna per l'alfabetizzazione e la creazione di cybercafé in tutti i

municipi. «Avanzamento» è puntare sulla cultura umanistica, mentre il resto del mondo va da un'altra parte: «Oggi prevalgono tecnocrazia e iper-specializzazione. E a chi è lasciato il compito di una cultura d'insieme? Alla televisione, che è frivola e stereotipata» dice. «Avanzamento», per Cuba, è stato mettere intorno allo stesso tavolo, nelle scorse settimane, per un insolito confronto, cubani di Miami e cubani fedeli alla Rivoluzione e «tirare fuori la verità sulla Baia dei Porci, grazie alla declassificazione di documenti statunitensi, da top secret a pubblici». Che cosa è emerso? «Nel '62 gli Usa di Eisenhower e Kennedy volevano farci perdere l'indipendenza. La nostra autonomia è per gli Stati Uniti come un sasso nella scarpa. Bisogna ricordarlo, oggi che il nuovo Presidente è un uomo strettamente legato alla mafia di Miami».