

ORIZZONTI

Com'è «moderna» la propaganda del '48

SESSANT'ANNI FA si svolsero le prime elezioni dell'Italia repubblicana. Sembra sia passato un secolo ma, allora perché la polemica politica, gli slogan, il linguaggio dei partiti assomigliano a quelli di oggi? Lo storico ce lo spiega in un libro

di **Edoardo Novelli**

EX LIBRIS

*Vota Antonio!
Vota Antonio!
Vota Antonio!
Vota La Trippa!
Vota Antonio
La Trippa!*

Totò
«Gli onorevoli»

D

alle elezioni del 18 aprile 1948 sono passati esattamente sessant'anni. Oltre mezzo secolo nel corso del quale, sull'onda delle innovazioni nel campo delle tecnologie e delle telecomunicazioni, le trasformazioni politico-sociali si sono succedute a ritmo sempre più veloce. Da una società in gran parte ancora arcaica, fortemente caratterizzata da una cultura e un'economia contadine - settore che nel 1948 produce il 33,7% del reddito nazionale e occupa il 42% della popolazione attiva, a fronte del 34,3% di reddito e del 32,1% degli occupati assorbiti dall'industria - si è passati a una società industriale e poi postindustriale, a una società moderna e poi postmoderna, incentrate su un sistema dell'informazione e della comunicazione in tempo reale pervasivo e capace di imporre logiche e linguaggi.

Per molti versi il mondo contemporaneo è incomparabile con quello nel quale sessant'anni fa si svolse la prima campagna elettorale dell'Italia repubblicana. Diversa la società, diversa l'economia, diversa la cultura e, non ultimo, diversi il ruolo, il peso e la funzione della politica. L'Italia di oggi è ben altra da quella del '48. Per altri versi invece la distanza non appare poi così grande. Alcuni fili non risultano completamente recisi.

La campagna elettorale del 1948 segna l'adeguamento dell'Italia al nuovo ordine geopolitico uscito dalla seconda guerra mondiale, che proprio in quei mesi si sta configurando. Nel marzo del 1946 Winston Churchill ha usato l'espressione «cortina di ferro»; il 12 marzo del 1947 il presidente degli Stati Uniti, Harry Truman, ha aperto ufficialmente l'era della «guerra fredda», enunciando al Congresso il diritto e la necessità per gli Stati Uniti di intervenire a sostegno dei regimi democratici impegnati a difendere la loro libertà contro l'azione di minoranze interne e il condizionamento da parte di paesi stranieri; da pochi mesi il Pci e il Psi sono stati esclusi dall'alleanza di governo guidata da Alcide De Gasperi; l'Urss sta per attuare il blocco di Berlino, chiudendo gli accessi stradali e ferroviari ai tre settori della città controllati da inglesi, francesi e americani.

È questo il clima nel quale si svolge la campagna elettorale per il 18 aprile 1948 e che ne condiziona il tono, i temi, il linguaggio.

Dal punto di vista politico quelle elezioni fissano gli equilibri e i contenuti del confronto dei successivi dieci, quindici anni. La grande vittoria della Democrazia cristiana apre le porte alla fase del centrismo, che si concluderà all'inizio degli anni sessanta con l'avvio della stagione del centro-sinistra. Un periodo caratterizzato da governi monocolori o basati sulla collaborazione a rotazione di tre partiti - Psdi, Pri, Pli - segnato dalla chiusura a sinistra e a ogni ipotesi di allargamento in tale direzione degli equilibri e della maggioranza.

A un livello più generale il '48 fissa in maniera definitiva l'assetto e i tratti politici costitutivi della nuova Italia repubblicana, destinati a durare a lungo. Innanzitutto, la presenza di un pluralismo polarizzato, con due grossi partiti



Alcuni manifesti contro l'astensionismo della campagna elettorale del '48



se e del ceto medio dall'altro, il Sud, in alcune regioni democristiane e in altre serbatoio di voti per i partiti di destra. È il quadro che, seppure con alcuni sostanziali cambiamenti, resiste a tutt'oggi.

La campagna elettorale del 1948 fissa infine temi che caratterizzeranno i decenni successivi. Primo fra tutti la contrapposizione comunismo-anticomunismo, con la sua estensione pro-anti Urss, argomento che né nelle elezioni d'inizio Novecento, né in quelle per l'Assemblea costituente del 1946, aveva avuto particolare risalto. Nel primo caso il bolscevismo non era ancora né una minaccia, né una concreta possibilità: il Partito comunista d'Italia nasce solo nel 1921 appena in tempo per partecipare alle ultime elezioni precedenti l'avvento del fascismo. Nel secondo aveva prevalso il clima di collaborazione fra i partiti che avevano preso parte ai Comitati di liberazione nazionale e

l'avversario era stato identificato in due soggetti esterni a quell'esperienza: il fascismo e la monarchia.

Poi il tema capitalismo-anticapitalismo, non nuovo nel dibattito e nella polemica politica italiana, ma che sull'onda degli aiuti economici Usa, del Piano Marshall e dell'Alleanza atlantica, si arricchisce ora di una variante che diventa predominante: pro-anti America.

Quindi il coinvolgimento diretto della fede e della religione nella campagna elettorale, con l'intervento a livello teologico dottrinale delle gerarchie ecclesiastiche e a livello organizzativo e militante delle associazioni cattoliche. Infine la trasformazione dell'avversario politico in nemico, nelle diverse varianti di orco, traditore, assassino, sciagura, calamità. Una trasfigurazione che ha alla base la negazione all'avversario della cittadinanza democratica e della legittimità politica.

Tutti temi che, emersi o comunque ridefiniti nel 1948, hanno segnato a lungo la scena e il confronto politico italiani, sopravvivendo ben oltre la fine dell'equilibrio internazionale che di quelle elezioni era di fatto il padre. Il Novecento è stato definito il «secolo breve» ma, almeno per quanto riguarda i temi della polemica e della propaganda politica, in Italia si è invece rivelato un secolo lungo. Né il 1989, con il crollo del muro di Berlino e la fine della contrapposizione fra i due blocchi, né il 1994, con la nascita della cosiddetta seconda repubblica, hanno infatti segnato una sostanziale novità nei temi, nei toni, negli argomenti delle campagne elettorali. Le accuse di comunismo, la delegittimazione e demonizzazione dell'avversario, i richiami alla coerenza di voto dei cattolici, con le conseguenti denunce di ingerenza, le posizioni filo- e anti-americane sono la cronaca della campagna elettorale del 2006.

Dal punto di vista della propaganda e della comunicazione politica le elezioni del 1948 segnano una netta rottura, uno spartiacque: nessun confronto è possibile con le esperienze precedenti. Per risorse impiegate, quantità di persone coinvolte, intensità e vastità della mobilitazione e pluralità degli strumenti utilizzati, il

L'anticipazione

Quell'Italia ci assomiglia ancora molto

Il 18 aprile di sessant'anni fa si svolgevano in Italia le prime elezioni della Repubblica. Quell'Italia è davvero così lontana dall'Italia di oggi? Edoardo Novelli affronta la domanda in un libro edito da Donzelli, del quale anticipiamo un brano in questa pagina. Si intitola *Le elezioni della prima campagna elettorale repubblicana* (pp. 204 con tavole a colori, euro 16,99). Giovedì prossimo a Roma - libreria Feltrinelli nella Galleria Sordi, ore 18.00), Lucia Annunziata, Marco Damilano, Emanuele Macaluso lo presenteranno, insieme all'autore. Sarà occasione per tracciare, a elezioni appena concluse, distanze e somiglianze tra quella prima grande battaglia elettorale dell'Italia repubblicana e quella che ha segnato le ultime settimane.



'48 segna la nascita delle campagne elettorali moderne, combattute da partiti di massa, all'interno di società e culture sempre più di massa, con gli strumenti di comunicazione di massa che man mano diventano disponibili. Al momento comizi, manifesti, fumetti, rotocalchi, processioni, teatri dei burattini, statue, radio, cinema, e anche, in minima parte, sondaggi. In seguito televisione, spot, marketing, convention. Inoltre, è in concomitanza di queste elezioni che la figura del militante, sino ad allora minoritaria, quasi clandestina, legata all'esperienza dei partiti operai, socialisti e comunisti, si diffonde a tutti i fronti politici, diventando la grande protagonista della campagna elettorale e della nuova scena pubblica repubblicana. I numeri della mobilitazione parlano da soli: quasi quattro milioni gli iscritti nel 1948 ai tre principali partiti italiani, alcune centinaia di migliaia gli attivisti, di cui 90 000 della Democrazia cristiana e 3000, solo a livello nazionale, dei Comitati civici, l'organizzazione che di fatto cambia il corso della campagna elettorale e probabilmente anche il risultato, costruita in tempi record da Luigi Gedda per volere di Pio XII, appoggiandosi alla rete dell'Azione cattolica, alle altre organizzazioni dell'azionismo religioso e alle parrocchie. Un'operazione possibile solo in una società dove la comunicazione ha un peso rilevante e già funziona da acceleratore sociale, che ha forti analogie con quella di Forza Italia, di molti anni successiva, per la rapidità, l'uso spregiudicato degli strumenti di comunicazione a disposizione, l'anticomunismo, la nascita al di fuori dei tradizionali circuiti della politica, il ribaltamento dei pronostici elettorali.

Infine, nei mesi che precedono il voto si diffondono immagini, figure retoriche, stilemi, a sessant'anni di distanza ancora significativi ed efficaci. In alcuni casi si tratta di un'attualizzazione di temi e formule già utilizzati nella propaganda per la Grande guerra, durante il fascismo, dalla Repubblica sociale, nella guerra di liberazione. O attinti all'estero, come nel caso della belva rossa con il coltello fra i denti che compare in un famoso manifesto dei Comitati

LA FABBRICA DEI LIBRI

MARIA SERENA PALIERI

Comunisti da romanzo

Un libro di Anna Bandini, *Il comunista*, edito da Utet, ripercorre la presenza della figura politica e sociale di cui al titolo nella nostra narrativa dal secondo Dopoguerra, dal pre-pre-comunista *Metello* di Pratolini all'inquieto *Comunista* in fuga di Morselli. E ne celebra, ai giorni nostri, la scomparsa. Comunisti addio, dunque, nella fiction, come nella vita reale. Non abbiamo ricevuto il saggio, ma ne abbiamo letto sulla *Stampa*, prima, e poi sul *Corsera*. Ora uno scrittore, che segue da lettore questa rubrica, Vindice Lecis, ci segnala che, almeno per ciò che lo concerne, il de profundis non è cosa vera, perché, ecco qua, bastano i titoli, di comunisti ne regnano eccome nei suoi libri: tra gli altri *La resa dei conti*. Per fortuna che c'era Togliatti (Editrice Ariostea), *Togliatti deve morire* e *Da una parte della barricata* (entrambi per Robin Edizioni). Si tratta di libri che Lecis va scrivendo tra fiction e indagine, avendo come orizzonte quel pezzo enorme della grande Storia del Novecento che sono, appunto, il movimento operaio e il cosiddetto Socialismo Reale, si tratti del 1948 come del XX Congresso.

A noi viene in mente un'obiezione diversa. Ed è che sono due comunisti, una lei e un lui, i personaggi più poderosi che le nostre lettere ci hanno consegnato tra il 2005 e il 2006. Sì, la Rossana Rossanda della *Ragazza del secolo scorso* e il Pietro Ingrao di *Volevo la luna*. Autobiografie, entrambe. Basta per liquidarle? No. Primo, perché come va postulando qualcuno (vedi Angelo Guglielmi) nell'ibrido di linguaggi che caratterizza questo tempo, e anche, aggiungiamo noi, nel trionfo del virtuale, va a finire che le prove «romanzesche» migliori, più potenti, si trovino talora proprio nella non-fiction, nella diaristica e nella memorialistica, appunto. Secondo, perché sia Rossanda che Ingrao ci consegnano le proprie figure con tale profondità di dubbio, tale spessore esistenziale, che, ecco la scommessa, fanno rientrare questo personaggio a pieno titolo nel nostro immaginario.

Vedrete, prima o poi ci sarà qualche penna giovane che, romanzando sul Novecento, si accorgerà che «io» o «la» comunista sono magnifici personaggi potenziali.

spalieri@unita.it

Anti-comunismo demonizzazione degli avversari trasformati in orchi e traditori... i temi di allora battuti ancora dalla destra

civici. In altri si tratta invece di elaborazioni originali, di nuovi linguaggi grafici e visivi per la politica, che attingono ora all'esperienza pubblicitaria, ora alla tradizione cartellonistica, ora alle avanguardie artistiche e che giocano sul piano razionale ma anche su quello emozionale e fanno appello a valori politici ma anche psicologici, quali l'autostima e l'orgoglio. Un'elaborazione originale che arricchisce il vocabolario dell'iconografia politica italiana. Un patrimonio a cui le campagne elettorali attingeranno per anni e tuttora non completamente dimenticato.