

## **Pd, in difesa dell'Ulivo**

*di Roberto Gualtieri*

*Lettera aperta a Walter Veltroni  
e Romano Prodi*

Come è stato da molti notato, all'apertura dei lavori dell'Assemblea costituente del Pd di Milano il simbolo dell'Ulivo era assente. Secondo molti commentatori, ciò precluderebbe alla scelta di un nuovo simbolo per il Partito democratico, a cui starebbero già lavorando alcuni esperti di marketing. Vista la rilevanza e la delicatezza della questione, vorrei proporre alcune riflessioni al riguardo.

La scelta del simbolo di un partito è sempre difficile e carica di implicazioni politiche perché non si tratta mai di un'operazione meramente «tecnica». Nella sfera della politica infatti la dimensione simbolica della comunicazione ha una valenza diversa ed assume uno spessore assai maggiore che in quella dell'economia. Si potrebbe obiettare che oggi i «marchi» delle merci hanno perso un rapporto diretto con il semplice «valore d'uso» di un prodotto, assumendo una funzione mitopoietica più generale che punta a sollecitare l'immaginario e ad evocare uno «status» per indurre fiducia nel consumatore e «fidelizzarne» il comportamento. Ma anche in questo caso tra un simbolo politico ed un brand commerciale permane una differenza profonda che, con buona pace di tanta cattiva letteratura sul «marketing politico», rimanda alla fondamentale irriducibilità di politica ed economia.

Un brand è come un «segno» che - nella celeberrima definizione di Hegel - «rappresenta un contenuto del tutto diverso da quello che ha per sé» ed è dunque arbitrario, cioè può essere disegnato a tavolino e successivamente «costruito» con un'accorta campagna di comunicazione. Un brand insomma è costitutivamente «non democratico», non solo perché è sempre calato dall'alto ma anche per i suoi caratteri intrinseci, ed è quindi inevitabilmente algido e impersonale. Al contrario, un simbolo ha sempre un rapporto «semanticamente trascendente» (cioè non di univoca identificazione ma nemmeno di arbitrarietà) con un significato «morale» a cui rimanda e ciò gli consente di svolgere la sua funzione fondamentale (da cui deriva la stessa etimologia della parola, che in greco significa «mettere insieme») di strumento che permette il riconoscimento reciproco tra gli appartenenti ad una stessa comunità e rende possibile la costruzione simbolica dell'intersoggettività.

Il significato di un simbolo ha anche una dimensione storica, sia nel senso che esso rimanda sempre ad un evento o a un fatto storicamente accaduto (o supposto tale), sia nel senso che esso si arricchisce della sedimentazione delle esperienze che si sono accumulate nel tempo intorno e finisce col riassumerle tutte. Un simbolo politico non identifica così solo dei principi o degli eventi originari a cui tutti si richiamano, ma rappresenta la storia stessa di una comunità di cittadini. Ed è proprio questa sua «storicità» che gli consente di essere potenzialmente espansivo, in quanto se da un lato dimostra che i contenuti concreti dell'azione politica di quella comunità evolvono nel tempo, dall'altro rende tale innovazione più solida e convincente perché radicata in una concreta esperienza storico-politica.

L'Ulivo è un potente simbolo politico perché in questi dodici anni ha incarnato la prospettiva del Partito democratico ed è stato il punto di riferimento intorno al quale si è realizzato l'incontro tra storie e culture diverse, sulla base di un'idea di rinnovamento democratico e di riscossa morale e civile dell'Italia. Non dobbiamo dimenticare infatti che il Partito democratico è nato innanzitutto nella società italiana, con il venir meno delle profonde fratture sociali, culturali, internazionali e politiche che avevano dato forma al vecchio sistema politico e alla divisione dei diversi filoni del riformismo. L'Ulivo è stato il simbolo di questa nuova unità. Arricchendo la sua già fortemente

evocativa dimensione simbolica con le concrete esperienze e battaglie politiche che sotto le sue bandiere si sono svolte, l'Ulivo è divenuto agli occhi dei cittadini l'emblema dell'unità dei riformisti e dei democratici intorno ai valori di libertà, eguaglianza, solidarietà e di pace che ispirano la Costituzione repubblicana, ed al tempo stesso il simbolo dell'apertura alla società civile e del rinnovamento della politica. Ha insomma rappresentato un processo unitario che guarda al futuro proponendo un coraggioso rinnovamento, e che lo fa in modo credibile ed affidabile perché affonda le sue radici nel patrimonio della democrazia italiana e nei suoi valori più profondi.

Sono queste le ragioni di fondo che in questi anni hanno consentito all'Ulivo di raccogliere un consenso più largo di quello dei partiti che hanno concorso a costituirlo, come è stato dimostrato da ultimo dalle elezioni del 2006 e dal confronto tra il risultato della Camera e quello del Senato. La strutturale e sperimentata forza elettorale dell'Ulivo non è insomma casuale, e non sarebbe facilmente rimpiazzabile. D'altronde, proprio per il nesso strettissimo tra unità, partecipazione e democrazia che l'Ulivo costitutivamente incarna, esso è un simbolo che appartiene a tutti i milioni di cittadini che, sotto le sue insegne, hanno contribuito allo straordinario successo delle primarie del 14 ottobre. Abbandonarlo proprio nel momento in cui è giunto a compimento il processo a cui esso ha dato vita potrebbe rischiare non solo di essere elettoralmente controproducente, ma anche di determinare un vulnus «simbolico» (e quindi sostanziale) nel rapporto tra il partito democratico e il suo «popolo». Non è un caso che, dove la questione è stata democraticamente affrontata, l'esito è stato inequivoco (come nell'Assemblea Costituente del Lazio, che ha approvato a larga maggioranza un ordine del giorno per il mantenimento del simbolo dell'Ulivo). Sarebbe utile che su questo tema si aprisse una larga discussione, e che si valutasse senza preconcetti la possibilità che nessun nuovo simbolo, per quanto tecnicamente ben congegnato, esprimerebbe i valori e l'identità del Partito democratico meglio del simbolo dell'Ulivo.