

Analisi delle primarie del Pd: cercasi battaglie culturali Di Open Political Space

Open Political Space è un'associazione che si occupa di ricerca e comunicazione politica.
Ne fanno parte Paolo Guarino, Mario Giampaolo, Riccardo Camilleri e Giuseppe Di Caterino.

Abstract: *Attraverso l'analisi del discorso e una serie di focus group è stato indagato il posizionamento di Letta, Bindi e Veltroni inteso come valori di fondo, registri stilistici adoperati, giudizi e percezioni nei loro confronti.*

Ne emerge un quadro per cui Veltroni si offre come colui che ricuce le divisioni attraverso un fare pragmatico reso indispensabile dalle necessità, storiche o contingenti che siano.

Bindi invece offre fatica e passione, Letta competenza e concretezza di ragionamento.

Tutto questo trova sostanziale conferma nei focus assieme anche a un altro dato e cioè che nonostante qualche apprezzabile aspetto di innovazione comunicativa e politica, rimane scoperta l'area di ingaggio delle battaglie culturali, quelle su cui il nuovo partito dovrebbe costruire la propria prospettiva e il senso profondo della propria ragion d'essere.

Introduzione e aspetti metodologici

La ricerca che presentiamo si poneva come obiettivo quello di indagare la nascita del Partito Democratico da due punti di vista: le strategie comunicative degli aspiranti segretari e i giudizi, le percezioni e le attese che un segmento di potenziali elettori verso il nuovo partito.

La prima parte della ricerca ha preso in esame un campione dei discorsi prodotti dai candidati segretario nazionale del Pd dall'emersione della candidatura al 25 settembre 2007 attraverso una scheda d'analisi in grado registrare: ancoraggio storico; paure e desideri sociali evocati; temi e tematizzazioni; parole chiave; struttura attanziale; stili e registri discorsivi¹.

Il campionamento del materiale è stato realizzato in base a un principio di pertinenza (non considerati interventi dei leader osservati riferiti ad altri incarichi o ruoli) e di novità nei contenuti (non considerati, in progress, interenti che non aggiungessero temi, ambiti d'attenzione o registri comunicativi nuovi rispetto a quanto già dichiarato).

Nella seconda fase, invece, sono stati realizzati 4 focus group con un campione di potenziali elettori del Partito Democratico, romani e con età compresa tra i 16 e 40 anni² con l'obiettivo di registrare, oltre ai giudizi sul PD e all'efficacia comunicativa dei candidati, anche la rappresentazione della politica, le caratteristiche del leader ideale, le ragioni e i modi con cui si attribuisce credibilità ai soggetti di parola, i consumi mediali, gli immaginari da questi veicolati.

Infine, sulla scia dei *Deliberative Polls* pensati e realizzati da James Fishkin³ è stato sperimentato un *deliberative focus*: per 4 ore 25 persone con opinioni non consolidate hanno discusso, visionato

¹ Sull'analisi dei discorsi politici, Cfr. *Dall'opinione pubblica al corpo politico* in Marrone Gianfranco, *Corpi Sociali*, Torino, Einaudi, 2001; Bertrand Denis et al., *Parler pour gagner*, Presses de Sciences Po, 2007.

² Ai focus hanno preso parte 32 soggetti, tutti residenti a Roma per ragioni di studio o di lavoro, con un buon livello di attenzione alla politica ma un basso tasso di partecipazione attiva, soggetti che hanno votato per l'Unione ma che non sono fidelizzati ad alcun partito.

³ Meeting di indagine che coinvolgono numeri alti di persone (un mini-campione di 200 individui) per un tempo lungo di riflessione (2 giorni) intorno a tematiche presentate da esperti competenti (e riconosciuti tali). La crescita del grado di informazione e consapevolezza su specifici temi permette di testare se e come cambia l'opinione sulle stesse. Si tratta, pertanto, non di un sondaggio inteso come statica fotografia dell'esistente, con valore statistico rappresentativo quantificabile ma dalla scarsa persistenza temporale, ma di una ricerca che osserva la formazione dinamica delle opinioni. Non è, quindi, un'utilità prettamente elettorale, tattica, di test sugli orientamenti dell'opinione pubblica, ma un'utilità strategica, di lungo periodo, adatta a fornire indicazioni su come (su quali contenuti e con quali forme) poter condurre azioni di governo o battaglie politico-culturali.

materiali e filmati del Pd e dei candidati, interloquito con rappresentanti dei tre principali leader, con l'obiettivo di registrare mutamenti d'opinione e relativi ambiti motivanti.

Le strategie argomentative dei candidati

La tensione narrativa del racconto veltroniano è tutta orientata al futuro. In tal modo il Pd viene connotato come forza capace di trasformare il futuro da spazio di paure a tempo di opportunità.

Manca, per conferirne maggiore efficacia, una frattura simbolica che dia forza innovativa e valorizzi la scelta del Pd, la cui nascita viene invece narrata come necessità dettata dalle condizioni contingenti della società (*frammentata, bloccata, chiusa*).

Le paure sociali sono enunciate senza operazioni di rielaborazione culturale, ma preferendo narrativizzarle così come rappresentate dal senso comune. Queste sono inscritte in una dimensione dell'altrove, lontane da esperienze dirette, ma capaci di toccare l'emotività collettiva. Le speranze invece sono tutte racchiuse nell'idea del cambiamento e di un Pd che con Veltroni diviene il motore che fa partire il processo di trasformazione.

In questo quadro la parola democratico viene risemantizzata da un lato come un rimando alla tradizione (*libertà, giustizia sociale, uguaglianza*) e dall'altro come un *nuovo fare*, dove si rompe esplicitamente la contrapposizione tra democrazia e governabilità e si valorizza il momento della decisione.

Per questo lo schema generale di racconto si basa su un dover-fare che è presupposto dell'azione, appoggiata ad un effetto verità che *alterna presentazione di dati con accenno ad esperienze quotidiane*.

Non c'è antisoggetto, avversario, persona da cui differenziarsi. Esiste, invece, una posizione negativa da cui rifuggire, quella dei *conservatorismi che vogliono una politica debole*.

Veltroni si cuce addosso una inevitabilità storica che rompe la logica temporale lineare. Una strategia discorsiva di nebulizzazione, creazione di clima in cui, dentro un messaggio largo e generalista, ciascuno trova il suo spazio.

Per la Bindi il Pd deve permettere di superare le patologie di un passato che ha diviso e che ha promosso solo gli interessi personali, a partire dal decennio negativo, quegli anni '80 rappresentati come anni di riflusso partecipativo ed egoismo sociale.

La paure evocate si condensano tutte in questa deriva che, riproducendosi nelle istituzioni, impedisce alla politica di svolgere le sue funzioni. L'obiettivo quindi è cercare pratiche di ricomposizione, della società come della politica. Non c'è, dunque, un rimando fiducioso al futuro, ma la presa d'atto di un presente difficile che impone uno sforzo di responsabilità. Da questo scaturisce una logica del fare che è faticosa ricomposizione di idee e istanze che permettano di sbloccare il paese.

La nuova appartenenza si prospetta come un essere *per fare*: confrontarsi sulle idee per arrivare ad azioni performanti. In questo quadro trovano spazio parole come *solidarietà* e *nuova laicità*, che assumono la funzione di sintesi delle differenze, nuova responsabilità della politica in risposta alla frammentazione.

In questo racconto, la Bindi si pone come aiutante di un eroe – la società italiana – che da tempo si è disgiunta dal proprio oggetto di valore: il proprio essere comunità. Gli strumenti per ritornare a esserlo non vengono prospettati come valori assoluti e positivi, bensì come valori d'uso: la ricchezza, la libertà e la giustizia sembrano solo delle modalità per riaffermare la comunità.

Letta rievoca con forza gli anni '80 di cui, a differenza della Bindi, viene offerta una lettura originale: Niente Milano da bere o Dallas, ma Mandela, Kundera ed Eco. Una visione complessa e forse parziale, sicuramente coraggiosa e necessaria per conferire un momento fondativo "altro" rispetto al compromesso storico o alla nascita dell'Ulivo.

Letta individua come fonte primaria del disagio degli italiani l'immobilità sociale problematizzata in questioni di natura economica. Emerge una *vision* che alle paure sociali sembra rispondere in

termini concreti minimi, piuttosto che allargandone la dialettica anche su altri terreni. Rimangono così schiacciati sullo sfondo gli elementi patemici della discorsività politica.

L'intera campagna viene giocata su tre parole: natalità, mobilità e libertà.

Il recupero del tema della libertà è interessante da un punto di vista della discorsività politica ma Letta trova difficoltà a offrirne una declinazione tanto materiale quanto simbolica. Natalità è invece il tema nuovo, quello che detiene il maggior capitale di sogno sociale, ma non trova piena, larga e coinvolgente declinazione, capaci di offrire un racconto in cui riconoscersi (e non semplicemente un ragionamento da condividere).

In questo quadro l'antisoggetto emergente non è un attore definito, ma un elemento resistente: il tardo-ideologismo.

Insomma, Letta prova ad arricchire il proprio profilo di tecnico/compente ponendo l'accento sulle proprie caratteristiche: giovane età, formazione culturale da anni '80 rivisti e corretti, collegamento con i segmenti più innovativi della società. Da una parte, però, il discorso evidenzia un lettore modello limitato ai segmenti detti, dall'altra Letta mostra un posizionamento tanto innovativo sul piano potenziale quanto incompleto nei registri evocativi e identitari realizzati.

Adinolfi costruisce un profilo basato sul concetto di "fare", di movimento (quasi ansiogeno).

La base del ragionamento del candidato – blogger è condensata nel fatto che il male da estirpare è in quella gerontocrazia che non dà possibilità di rappresentanza ai bisogni degli under 40, il target a cui lui si rivolge e di cui prova a farsi interprete.

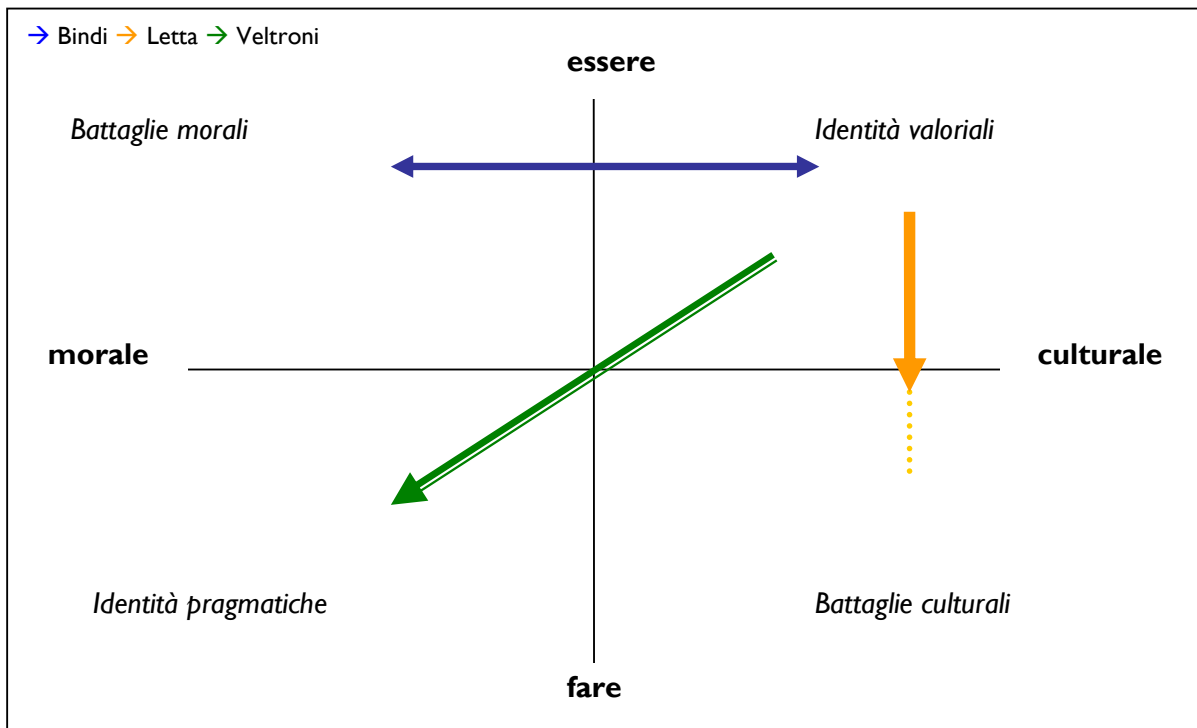
Jacopo Gavazzoli Schettini gioca una campagna tutta votata a una risemantizzazione della parola sinistra intesa come recupero di rigore morale ma anche come capacità di impegno coraggioso, per ristabilire il contatto con i cittadini e dare una nuova marcia allo sviluppo.

Infine Gawronsky parla di una nuova rivoluzione civile per rendere l'Italia un paese competitivo, una rivoluzione da realizzare contro una classe politica chiusa e autoreferenziale.

Lo schema narrativo di Gawronsky si gioca tutto sull'opposizione civile vs. politico, dove il Pd è forse l'ultima possibilità per mettere al centro della scena proprio la società civile.

L'ancoraggio valoriale profondo

L'ancoraggio valoriale è determinato dall'incrocio tra due assi: quello dell'essere e del fare (dove per essere si intendono le competenze personali e per fare le capacità di trasformazione di cui si intende dotare il nuovo partito) e quello tra tensione morale (dovere dettato dalla necessità storica) e tensione culturale (volere dettato dall'opportunità) come alternative modalità di motivazioni profonde del nuovo partito.



Veltroni parte dai valori culturali della tradizione per creare, con una frattura pragmatica, identità temporanee che nascono per condivisione delle cose da fare. Rosy Bindi rimbalza tra identità della tradizione e necessità di battaglie morali, con la sovrapposizione di tratti di cambiamento e di nostalgia. Letta individua temi per una battaglia culturale senza però riuscire a imprimervi quella forza evocativa necessaria.

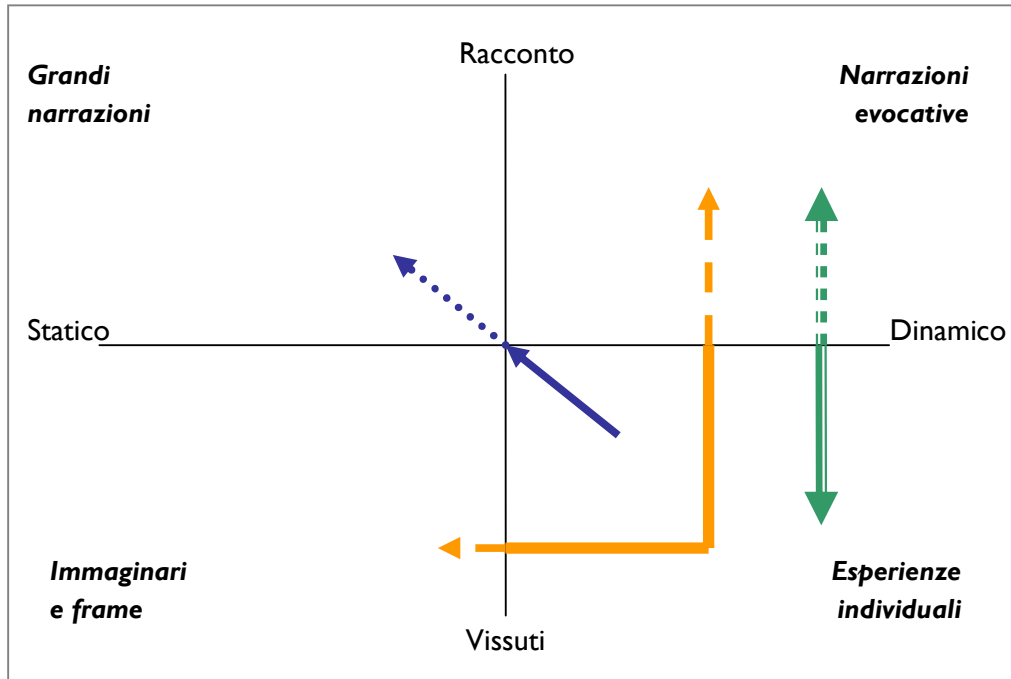
Rimane scoperta l'area delle battaglie culturali, che si presenta, da un punto di vista logico-semanticamente, come area fondamentale per delineare le differenze politiche, soprattutto per un soggetto nuovo. Le identità valoriali tradizionali, in superamento, non sono più capaci di essere attrattive, mentre appare rischiosa e troppo contingente un'identità pragmatica. Ecco allora che lo spazio delle battaglie culturali sembra poter essere, in contrapposizione con le battaglie morali, elemento di differenza tra politiche progressiste e conservatrici.

Le opzioni di ancoraggio linguistico

La mappa è composta da un asse che incrocia vissuti (cioè l'esperienza diretta) e racconto (l'esperienza mediata e acquisita) e un asse su cui si posizionano le forme discorsive usate, rigide e statiche o dinamiche e flessibili.

Le quattro aree individuate descrivono, come segue, gli elementi discorsivi su cui si basa la costruzione dell'efficacia della relazione consensuale.

→ Bindi → Letta → Veltroni



Veltroni incrocia il riferimento – di vicinanza ed emotivo – alle esperienze delle persone con picchi evocativi (registro alto-basso) ma con una difficoltà a definire una narrazione d’insieme che recuperi le stesse esperienze e le offra in una cornice complessiva. Bindi parte da esperienze personali per spingersi alla ricerca, evocata ma non praticata, di nuove narrazioni in grado di offrire orizzonti più stabili. Letta infine, fa riferimento ai vissuti mobili delle persone, cercando di usarli da base per la costruzione – abbozzata ma non sviluppata – di universi narrativi e *frame* linguistici.

I registri comunicativi non riescono ancora a cogliere e rappresentare quegli ambiti che costituiscono luoghi privilegiati dove i linguaggi sociali esprimono la propria capacità di aggregazione (gli immaginari) o di infrastruttura cognitivo-intepretativa (*frame*).

Principali risultati del focus

Per il segmento indagato la funzione della politica è condensata tra un polo minimo di buona amministrazione ed uno massimo di produttrice e organizzatrice della felicità dei cittadini.

In questa visione così polarizzata, c’è sostanziale condivisione sulle caratteristiche di un buon leader: una persona competente, il cui valore è già stato acclarato da ambiti extrapolitici, capace di linguaggio veritiero e comprensibile, con obiettivi chiari e verificabili. Insomma, un buon leader è colui che dice chiaramente cosa si può realizzare e cosa è impossibile fare.

Il Pd e le primarie appassionano poco, sostanzialmente per due motivi: un linguaggio “tipicamente politico” che sciupa l’effetto novità e la diffusa sensazione di un processo guidato dall’altro che non rappresenta ciò che accade al di fuori dello stesso ceto politico.

Tra i candidati Veltroni è quello con la migliore immagine: c’è soddisfazione sul suo lavoro da sindaco, ricorre a un immaginario diverso da quello degli altri politici, è avvertito potenzialmente più vicino. Dall’altra parte però, si segnala in negativo il suo lungo impegno politico, così come l’ecumenismo che rende difficile, per segmenti più attenti alle cose politiche, riconoscere posizioni ed identità chiare.

Letta raccoglie i maggiori consensi fra coloro che hanno o stanno creando un preciso profilo professionale. I punti di forza sono la preparazione e le competenze da tecnico, mentre le parole

di campagna (libertà e natalità) sono sentite come fredde, probabilmente per il fatto di non essere riuscito a costruire attorno a loro una discorsività patemica.

Di Rosy Bindi viene data una visione di pregi e difetti tutti classicamente “politici”: la passione, la difesa dei valori tradizionalmente di sinistra, la lotta contro una certa nomenclatura, ma anche il fatto di essere una politica di professione e una certa distanza coi suoi riferimenti culturali e di immaginario.

Conclusioni

Si registra l'esistenza di alcuni spazi discorsivi rimasti liberi, riguardanti l'area delle battaglie culturali, la sostanziale incapacità di costruire un immaginario di riferimento per il Partito Democratico, ma anche l'utilizzo di un linguaggio che, nonostante qualche tentativo di Letta e Veltroni, non si mostra capace di tratteggiare nuove soggettività sociali, con il loro annesso di aspettative e bisogni, desideri e paure verso cui offrire rappresentanza. L'elettorato potenziale, come il segmento indagato nei focus, interessato ma non direttamente coinvolto dal Pd, mostra allora uno stato di attesa, potenzialmente convinto della bontà del nuovo progetto politico, ma poi, nei fatti, poco fiducioso.

Tali osservazioni trovano conferma anche nei risultati del deliberative focus. Il primo dato che emerge è una scarsa informazione, rispetto alla quale la lettura e visione dei materiali comunicativi prodotti dal comitato promotore del Pd non modifica le cose, facendo anzi emergere una sostanziale insoddisfazione, per le forme comunicative scelte, poco incisive, e per i contenuti centrati troppo sul come si vota e troppo poco sul perché (ad es. valorizzando il ruolo dell'assemblea costituente, che appare essere ambito motivante più forte della scelta tra i candidati segretari). Emerge infatti che i discorsi dei candidati leader abbiano, tre giorni prima del voto, svolto il proprio compito di presentazione e identificazione. Anche la visione di frammenti di discorsi, quindi, risulta poco efficace nel modificare le opinioni, scettiche, del frammento individuato. Si dimostra invece capaci di spostare l'opinione il confronto diretto, in parte tra gli stessi partecipanti, e soprattutto con gli ospiti invitati a rappresentare i tre principali sfidanti nazionali.

In particolare, anche in relazione alle caratteristiche del campione, è la percezione nei confronti di Letta che ha il maggior spazio di crescita, con il sottosegretario percepito come più credibile, innovativo e meno tecnico.

Nell'interazione con i candidati a sostegno dei tre leader, invece, ciò che emerge come maggiormente convincente è uno spazio aperto di motivazione personale, dubbi, sfide e impegno comune che appariva assente nella discorsività, chiusa ed eccessivamente perfetta, dei candidati segretario.

Insomma, per il tipo di competizione e cioè momento fondativo di un nuovo partito era logico aspettarsi qualcosa di più; non tanto sul terreno degli strumenti di comunicazione (che tutti oramai adoperano in maniera sostanzialmente corretta) quanto su quelli dell'innovazione di linguaggio, di immaginario, di contenuto.

Uno sforzo di comunicazione che in realtà è uno scatto culturale. Quella che in fondo è la domanda delle nuove generazioni per poter guardare con fiducia al Pd: non nuovo partito, ma un partito nuovo per davvero.

Tabella riassuntiva: le caratteristiche comunicative dei principali candidati – il candidato ideale (nostra rielaborazione sui dati emersi dai focus)

	Letta	Bindi	Veltroni	Il candidato (ideale) che non c'è
<i>Ancoraggio storico temporale</i>	Un partito in movimento, senza passato, più partecipato: muoviamoci.	Un partito contro il disinteresse pubblico e l'individualismo.	Un partito con solide basi + un partito del tutto nuovo: la nuova stagione.	Un partito senza militanti ma con sostenitori (anche solo tematici), che punta su linguaggi e immaginari per moltiplicare la rappresentanza.
<i>Paure e desideri evocati</i>	Una società ferma, senza giovani, serve più mobilità: post-ideologismo.	La nuova Italia solidale e che si impegna contro l'Italia bloccata che soffoca.	Incertezza per il futuro + ottimismo verso il futuro: voltiamo pagina.	Combattere la paura del futuro con un progetto comune che moltiplichi le singole opportunità sociali.
<i>Parole/valori</i>	Un Pd partecipato, senza cooptazione, con più meritocrazia: contendibilità.	Cantiere democratico, partecipazione e nuova laicità contro un paese frammentato e una politica autoreferenziale.	Democratico + maggioritario: molte parole senza <i>frame</i> .	Possibilità individuali, diritto di cittadinanza per le aspirazioni personali, merito, con il progetto di moltiplicare i nuovi lavoratori,
<i>Temi e tematizzazioni</i>	Una nuova libertà, senza immobilismo, con più figli: mobilità e natalità.	Solidarietà e responsabilità per un welfare di lungo periodo contro politiche di contingenza solo per pochi.	Molte priorità + piani di azione: il dovere di fare.	Dinamismo, responsabilità e meritocrazia, anche statale, che moltiplichi il senso civico.
<i>Struttura attanziale</i>	Un'opportunità concreta, senza urlare, con più <i>vision</i> : il coraggio delle idee.	L'eroe con la forza della solidarietà e la necessità del fare contro chi divide perché pensa solo a sé.	Necessità storico-sociale + nessun avversario: un uomo solo al comando.	La voglia di progettare il futuro, moltiplicare il desiderio di farlo assieme: per ricostruire la credibilità di chi deve saper rappresentare.
<i>Registri e stili discorsivi</i>	Senza ideologie, con più idee: un leader tranquillo .	L'esperienza di chi è già democratica contro chi non vuole aprire agli altri: una leader diversa .	Le esperienze delle persone + la fiducia in chi fa: un leader capitano .	Un linguaggio contemporaneo e la voglia di decidere per moltiplicare le soluzioni: un designer sociale al comando .