

Walter, parlati del partito

MARIO RODRIGUEZ

Non sono sicuro che passata la festa il santo verrà gabbato. E il santo da gabbare è la promessa di un partito di fatto democratico e per questo nuovo. Ma qualche rischio c'è perché, finita la stagione delle feste d'autunno, ed entrata nel pieno la campagna delle cosiddette primarie per l'elezione diretta del leader del Pd, rimane delusa l'attesa di segnali forti proprio sulla forma organizzativa che si intende dare alla nuova presenza politica. Anzi, il candidato più accreditato della vittoria non sembra volersi misurare su questo e qualcuno avanza l'ipotesi che lo faccia perché si tratta di un terreno assai più impervio dei proclami su tasse, finanziaria e sicurezza.

Nel frattempo i giornali si scatenano a raccontare tante piccole *rat race* di periferia che tutto sembrano tranne l'avvio di una nuova stagione.

Comincia una nuova storia, tu conti davvero, tu decidi il leader: le promesse si sprecano ma i timori che siano solo escamotage pubblicitari sono fondati, perché non solo non ci sono novità evidenti (potrebbe essere una pretesa esagerata) ma non ci sono nemmeno promesse e impegni.

E non c'è nulla di meno efficace di uno slogan che non diventa azione. Veltroni e i suoi collaboratori queste cose le conoscono benissimo, e allora è lecito chiedergli di dire qualcosa sulla "sua" idea di Partito democratico, su quale sarà l'esperienza nuova che intende offrire alla società italiana. Partendo anche dalle piccole grandi cose relative alla vita di tutti i giorni: i simboli, i colori, le insegne.

Se si è convinti che si debba cambia-

re non è il caso di cominciare a dire come? Quale forma assumerà il modo di

stare nella società che il Partito democratico vuole proporre all'Italia per sostenere il valore di una presenza diffusa sul territorio, popolare e veramente democratica? L'adozione del metodo delle primarie e dei referendum sulle grandi scelte come si concretizzerà? Rappresenterà una concreta cessione di sovranità dagli apparati agli elettori? Come si mixeranno continuità e innovazione? Quale equilibrio si darà alla sacrosanta richiesta di un approccio professionale alla politica e alla altrettanto sacrosanta richiesta di avere *voice and choice*, la possibilità concreta di dire la propria e di contare (almeno un po') nelle grandi scelte? Al partito padronale che "nomina" dal centro i coordinatori locali si vuole contrapporre un partito *public company* basato sulla capacità di autogoverno e sulla disponibilità ad aprirsi e reclutare, capace di essere un cardine ben oleato tra società civile e società politica?

Senza interazione e coinvolgimento non ci sarà radicamento e il partito non sarà più democratico di quelli che abbia-

mo sperimentato nella prima repubblica. Anzi, sotto la spinta del populismo mass mediatico del nostro tempo, il nuovo partito slitterà verso una forma organiz-

zativa che assomiglierà necessariamente a una sommatoria di comitati elettorali temporanei.

Si accetta tutto questo, come una necessità storica? O si pensa invece che attraverso un diverso modo di agire si possa contrastare questo esito?

Anche i simboli, le definizioni degli incarichi e delle sedi, la toponomastica dell'organizzazione diventeranno cruciali e dovrebbero essere oggetto di un'iniziativa politica ad hoc, una grande discussione pubblica che dia entusiasmo ai "costruttori" spostati l'attenzione dalle beghe sulle liste agli elementi distintivi del Pd, cominciando a definire la nuova *corporate identity* dei Democratici. Sotto quali simboli si riuniran-

no? Il vecchio amato Ulivo reggerà ancora? Andrà restato e tenuto sulla scrivania come ricordo di una stagione importante ma terminata? E che cosa potrebbe sostituirlo?