

IL LIBRO LA COMUNICAZIONE DI MOVIMENTI E PARTITI

# Manifesti e propaganda politica Qui tutta la storia repubblicana

In Italia, un decreto del 10 marzo 1946 estese alle donne il diritto di voto. Significativamente, un manifesto commissionato in quel periodo dal Partito comunista al pittore Luigi Veronesi per la campagna delle elezioni amministrative mostrava in un fotomontaggio un'operaia al lavoro e una

contadina, rappresentate come membri attivi della società e del sistema produttivo («Donne italiane - recitava la scritta -: solo un municipio guidato dai lavoratori può soddisfare le vostre aspirazioni»). Richiamava esplicitamente il tema sacro della Madonna con il Bambino e gli angeli, invece, un manifesto realizzato da Marcello Dudovich nel

1948, in vista delle politiche del 18-19 aprile: «Per l'avvenire dei vostri figli - si esortava nel testo, anche in questo caso orientato sull'elettorato femminile -, votate per la Democrazia Cristiana». Nel volume illustrato «I manifesti politici. Storie e immagini dell'Italia repubblicana» (Carocci, pp. 264, 24 euro) Edoardo Novelli ha raccolto e commenta-

to oltre cento esempi, dal 1945 a oggi: «Assieme al comizio - egli spiega -, il manifesto è stato il principale strumento della comunicazione e della propaganda politica della seconda metà del Novecento, documento non solo della vita politico-istituzionale del Paese ma anche testimonianza sociale e culturale». Il referendum istituzionale che portò alla nascita della Repubblica, lo scontro fra comunismo e anticomunismo, il boom economico, la contestazione del Sessantotto, gli «anni di piombo», l'assassinio di Aldo Moro e la morte di Enrico Berlinguer, la crisi del sistema dei partiti, il fenomeno dell'immigrazione, la nascita del Movi-

mento 5 Stelle: i manifesti riprodotti nel libro testimoniano di questi passaggi storici, come anche, a livello visivo, di movimenti artistici che hanno influenzato la comunicazione politica in Italia, «dal futurismo al costruttivismo - scrive Novelli -, dal Liberty al Bauhaus, e poi il suprematismo, il realismo, il neoplasticismo». A lato del discorso principale, si riportano casi curiosi, come quelli dei «manifesti taroccati» (per esempio, con un famoso slogan di Forza Italia storpiato in «Meno tasse per Titti» e «Meno tasse per Totti») o quello della correzione di rotta attuata da Nichi Vendola nel 2005, quando era candidato per il centrosini-

stra alla carica di presidente della Regione Puglia: dopo una campagna ironica e molto provocatoria, in cui si conferiva una connotazione positiva ai difetti attribuiti allo stesso Vendola dagli avversari («pericoloso», «diverso», «sovversivo», «estremista» erano gli aggettivi che accompagnavano una sua immagine simile a una foto segnaletica), a poche settimane dal voto si era proceduto a una «normalizzazione», con il candidato che ora appariva sorridente accanto alla madre, a conferma dell'importanza da lui attribuita agli affetti familiari.

G. B.

