

Abissali differenze nella condizione dell'infanzia negli Usa di Reagan

Principi e poveri

NEW YORK Principi, poveri o capitalisti lo si diventa in culla. Si sono accorti che nell'America di Reagan il segmento più povero della società sono diventati i bambini. Ormai uno su 5 nasce povero, uno su quattro non finisce le scuole dell'obbligo. La denuncia non viene da un gruppo di militanti «radicali» o di sinistra, ma da un gruppo di dirigenti d'industria.

Un rapporto di 87 pagine reso pubblico dal Committee for Economic Development di New York, composto dai manager di 225 tra le maggiori Corporations, ammonisce che il 30 per cento degli alunni delle scuole pubbliche americane si trovano di fronte al «rischio di un fallimento scolastico» e di pagarne le conseguenze in termini di dipendenza per tutta la vita. Negli Stati Uniti - avvertono - si sta creando «una sotto-classe permanente di giovani», destinati all'emarginazione. Bambini che da adulti saranno condannati a restare poveri, perché la loro formazione non corrisponde agli standard minimi che saranno richiesti dal mercato del lavoro.

Una copia del rapporto si può ottenere scrivendo al Committee for Economic Development, 477 Madison Avenue, New York, N.Y. 10022. Il titolo è: «Children in Need Investment Strategies for the Educationally Disadvantaged».

Non si tratta di una geremiade di filantropi, ma di un approccio da uomini d'affari, rigorosamente ispirato all'aritmetica dei costi e dei ricavi. Più che dei costi sociali gli autori e gli ispiratori del rapporto sui «Bambini bisognosi» sono preoccupati dei costi strettamente economici a lungo termine. Calcolano che da qui al 1990 verranno a mancare nell'industria privata «23 milioni di americani che vogliono e siano capaci di lavorare», con la conseguenza che «le nostre industrie non saranno in grado di crescere e competere perché una sottoclasse sempre più numerosa di giovani non sarà in grado di corrispondere a quel che viene richiesto per questi posti di lavoro». La loro conclusione è che «questo paese non potrà continuare a competere e a prosperare nell'arena globale se oltre un quinto dei nostri bambini vivono in povertà e un terzo crescono nell'ignoranza».

Come rimedio, gli industriali newyorchesi propongono di concentrare l'assistenza ai bambini poveri sin nei primi mesi di vita. Anche qui in base ad un calcolo economico. Dicono che ogni dollaro speso in assistenza prenatale alle madri in difficoltà economiche, che consentendo loro di mangiare di più contribuisca a ridurre la mortalità infantile ed aumentare il peso alla nascita, può far risparmiare 3 dollari in spese ospedaliere a breve termine e 3,38 dollari nel costo dell'assistenza ai bimbi sottopeso. Un dollaro di assistenza e prevenzione durante la gravidanza fa risparmiare 2 dollari nell'assistenza medica del primo anno di vita. Un dollaro speso nelle vaccinazioni fa risparmiare 10 dollari in spese mediche che si renderebbero necessarie successivamente. Ogni dollaro speso in asili, fa risparmiare 4,75 dollari di successive spese per l'assistenza sociale.

Lo studio su cui soprattutto si basano questi calcoli è il Perry Preschool Project, avviato a Ypsilanti, una cittadina del Michigan, all'inizio degli anni 60. Hanno seguito un gruppo di

ragazzini provenienti dai quartieri più poveri e con quoziente di intelligenza che risultava inferiore alla media, dall'età di 3 anni a quella di 19. Grazie all'attenzione e all'assistenza loro data sin dall'asilo, questi ragazzi sono riusciti quasi tutti a laurearsi e comunque ad inserirsi il costo per ogni bambino era stato di 4.810 dollari. Ma di questi ne avevano recuperati subito una parte risparmiando 3.100 in servizi e assistenza agli emarginati che sarebbe stata altrimenti necessaria.

Da qui l'insistenza sulla necessità di concentrare e far fare un salto di qualità all'assistenza dai primissimi mesi ai 3-4 anni di vita. «Se spendiamo ora - dice uno degli autori del rapporto, il presidente in pensione della Procter & Gamble Owen B. Butler - a lungo termine ridurremo le tasse da pagare».

Ma oltre al calcolo di convenienza e al problema sociologico, la faccenda diviene immediatamente questione politica, perché i tagli all'assistenza erano stati sin dall'inizio uno degli elementi distintivi della politica economica reaganiana.

A quanto pare, questo dei bambini si avvia ad essere uno dei temi grossi della battaglia elettorale che nel 1988 deciderà la successione di Reagan. Peter Hart, un noto esperto di sondaggi d'opinione, dice che si tratta di «dinamite», della «mega-questione» su cui le sorti delle presidenziali potrebbero decidersi a favore dei democratici. «I bambini» - dichiara al settimanale U.S. News & World Report - forniscono ai democratici un'enorme opportunità».

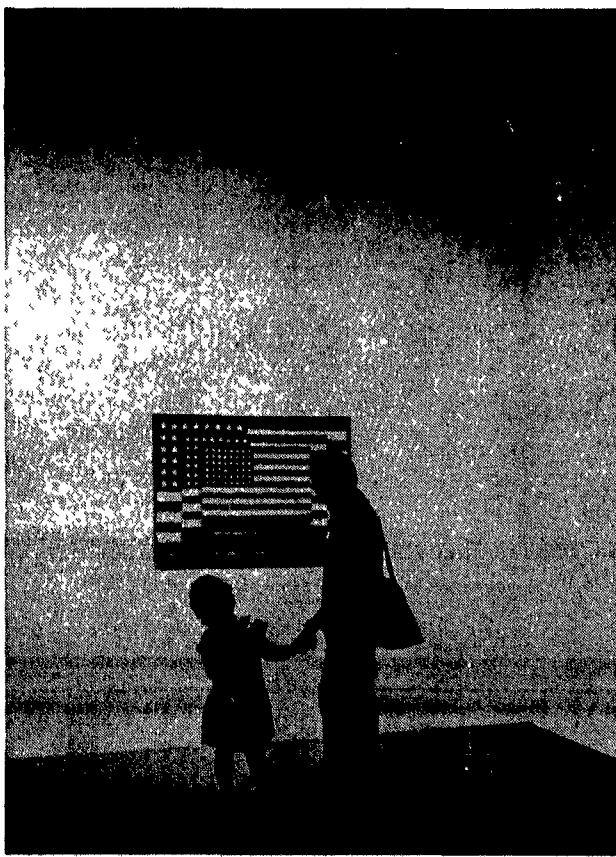
Un sondaggio dello stesso Hart condotto lo scorso giugno mostrava che, nell'elenco dei temi su cui gli intervistati ritengono che il prossimo presidente debba dedicare più risorse ed attenzione, subito dopo la lotta allo spreco e alla corruzione nel governo (86%) e il commercio estero (70%), vengono il miglioramento della salute nella prima infanzia (70%) e il miglioramento dell'istruzione pre-scolastica (52%). Molto prima di questioni come la politica americana in Centro-América (46%). Gli elettori, specie quelli nelle fasce di età tra i 18 e i 34 anni, sono di gran lunga più disposti a pagare più tasse per l'assistenza all'infanzia che, mettiamo, per gli aiuti ai Contras o per l'Sdi.

I candidati democratici sembrano molto eccitati dall'aver trovato finalmente un cavallo di battaglia. Un tempo tappe obbligate nel corso di una campagna elettorale erano gli incontri con i pensionati o le visite agli ospiti per anziani (che votano). Ora va per la maggiore la visita all'asilo. «Fornisce una splendida occasione per le foto», dice con candore l'addetto stampa di uno dei candidati democratici, l'ex governatore dell'Arizona Bruce Babbitt. Un altro candidato, il senatore del Delaware Joe Biden, ha puntato molte delle sue chance sulla campagna contro la nomina da parte di Reagan del giudice conservatore Bork alla Corte suprema. Ma l'altro suo pezzo forte è un discorso di 25 cartelle in cui sostiene che se sarà eletto metterà la questione degli asili al centro della sua attività alla Casa Bianca. Un altro ancora, il rappresentante del Missouri Richard Gephardt, più noto come crociato delle politiche protezionistiche, promette che farà dei bambini americani quelli che hanno la migliore istruzione al mondo nel 2000.

Nasce povero un bimbo su 5. Uno su quattro non finisce la scuola. L'emarginazione

E nel Colorado hanno aperto la prima banca per bambini (ottocentomila i milionari)

DAL NOSTRO CORISPONDENTE
SIEGMUND GINZBERG



NEW YORK A Denver, Colorado, hanno aperto la prima banca per bambini: la Young American Bank, i cui sportelli sono riservati ai ragazzi dei 7 ai 22 anni. Sono più bassi di quelli per adulti, per adeguarsi alla statura della clientela. Ne verrà aperta una seconda in autunno. Questa, nata per iniziativa del magnate della Tv via cavo Bill Daniels, ha già oltre un centinaio di clienti, anche se i loro assegni per il momento devono essere controfirmati dai genitori. Presto uno sportello di questa banca per i piccoli sarà installato nel grande negozio di giocattoli Schwartz di New York. Un mese fa il Fisco americano ha introdotto un modulo specifico di dichiarazione dei redditi per i circa 800.000 ragazzini che hanno entrate superiori ai 1.000 dollari all'anno. E per queste vacanze estive almeno 5 diverse organizzazioni hanno in programma anziché raduni di «piccoli esploratori» seminari di «business» per ragazzi.

Al centro di vacanze per adolescenti di Marco Island, in Florida, l'attività principale quest'anno non è stata nuotare o giocare al pallone, ma esercitarsi in una versione assai più realistica e aggiornata del vecchio «Monopoli». Ciascuno dei giovani aspiranti magnati della finanza deve a turno cavarsela con problemi economici tratti dalla vita reale. Una delle domande è, ad esempio, «dovete pagare 500 dollari per l'assicurazione della macchina, ma non avete i soldi, cosa farete?». «Venderete l'auto», risponde uno dei ragazzini. «Chiamerete l'assicurazione e gli direte che ho già impostato l'assegno», dice un dodicenne. «Dovete pagare l'affitto fra due giorni il vostro conto in banca è scoperto e uno dei vostri migliori amici, non particolarmente affidabile sul piano economico, vi chiede 25 dollari in prestito. Glieli date?». La maggioranza risponde senza esitazione: «Neanche per idea». Uno dice: «Forse», ma aggiunge «certo facendogli pagare gli interessi». Il centro vacanze si chiama «Dollars & Cents». I ragazzini leggono il «Wall Street Journal» anziché di Paperon de Paperoni su Topolino.

Un altro campeggio estivo dedicato ai giovani che cercano il successo è stato inaugurato in luglio a Homestead, località di villeggiatura sulle montagne dell'Utah, presso Midway. L'ideatore, il finanziere Howard J. Ruff, lo definisce come «corso accelerato di libera iniziativa». A ciascuno dei partecipanti viene affidata una somma iniziale di 20.000 dollari (finti), con cui cavarsela in Borsa o nella compravendita di materie prime. Anche se, forse in omaggio al colonnello North, il corso affianca ai giochi finanziari anche un gioco di guerra, in cui i ragazzi si fingono prigionieri di guerra o ostaggi di terroristi e devono ad un certo punto decidere, per vincere la gara, sino a che punto collaborare con i compagni di prigionia o sacrificarsi.

Di «business» grondono anche i giornalini scolastici «Junior Scholastic», un bisettimanale che si rivolge a ragazzi dagli 11 ai 14 anni oltre una pagina economica una volta al mese. E un'altra pubblicazione per giovanissimi, «penny Power», è dedicata esclusivamente all'economia e propone articoli con titoli tipo «Come chiedere più soldi ai vostri genitori», «Otto modi per trovare un buon lavoro estivo»,

oppure «Come trovare imbrogli con cui si possa coesistere».

Mentre il vecchio «Monopoli» viene aggiornato con novità sempre più sofisticate, un'associazione di operatori finanziari sponsorizza un programma per le scuole pubbliche teso ad introdurre i ragazzini nei misteri di Wall Street. Ai corsi si sono iscritti in 400.000. Altri dalla teoria sono già sulla strada della pratica. Gli alunni della quinta e della sesta di una scuola del Texas hanno fondato un'impresa di distribuzione di merende e giochi che ha fatturato 25.000 dollari nel corso dello scorso anno scolastico. La divisione dei profitti avviene in modo strano: mentre i decenni della quinta si danno da fare come pazzi a vendere le merendine ma non toccano un centesimo, quelli della sesta fanno i manager e col ricavato fanno gite.

C'è una Sally Madison di Wilmington, nel Delaware, che a 11 anni si è rivolta ad un avvocato per brevettare la commercializzazione della sua ultima invenzione, un pannolino con sacchetto della spazzatura incluso. Il tredicenne Leroy C. Hand di Virginia Beach ha brevettato l'idea di una vasca da bagno che si pulisce da sola grazie ad un insegnamento meccanico. «Si signora, vorrei fare un po' di soldi», risponde alla giornalista che è andata ad intervistarla. Un quindicenne, Jon Barckin, e due sedicenni, Brian Grantham e Fiaz Zaman, vendono un gelato alla soia di loro invenzione ai locali di Kansas City e vogliono estendere la distribuzione su scala nazionale. «Abbiamo grandi ambizioni», dice Barckin, «vogliamo auto fuoristrada, soldi, tutti i lussi della ricchezza».

Si dice che un tempo, se si chiedeva ad un ragazzino americano cosa voleva fare da grande, la risposta più ovvia sarebbe stata il presidente degli Stati Uniti. Oppure, se era un po' più grandicello, avrebbe potuto rispondere andare all'università, diventare un grande scienziato, magari anche diventare un divo del rock. Visto il successo dei bambolotti guerreschi, si potrebbe pensare che ora la risposta ovvia debba essere fare il capo delle operazioni speciali del presidente come il colonnello Olte North. Invece pare che la risposta più frequente sia fare il miliardario. Decisamente Huckleberry Finn non abita più qui.

I modelli offerti dalla pubblicità televisiva sono l'ex femminista arrabbiata che è diventata una rispettabilissima agente di Borsa, l'ex hippy che ora dirige una società che fattura miliardi, il trentenne che diventa amministratore delegato di una multinazionale, la trentacinquenne che diventa presidente di una banca, il quarantenne che si ritira in barca sul Pacifico dopo aver accumulato una fortuna sufficiente a vivere di rendita, l'uomo che stando comodamente in poltrona sorride al rialzo delle proprie azioni sullo schermo del computer. I perenni sono quelli come la figlia di Carter, Amy, che è stata cacciata dall'università perché si occupava troppo di politica e perdeva tempo a partecipare a manifestazioni contro la Cia. Oppure più ancora, quelli che rischiano di far gli operai. Non si capisce perché ci si dovrebbe sporcare le mani a fabbricare qualcosa se il successo può venire con così poca fatica. Sempre che non si sia nati poveri.



E' facile vendere la tua Volkswagen. Il difficile è separartene.

L'occasione migliore per constatare quanto sia buona la propria automobile si presenta quando si vuole venderla. Improvvisamente si vede la propria Volkswagen con tutt'altri occhi. Non è più una vettura, ma una splendida amica, dalla quale non ci si vuole separare. Si apprezzano la sua accurata finitura e, nonostante gli

anni di vita, l'ottimo stato in cui si trova. Si apprezza la sua spiccata economicità di consumo. Si apprezza il fatto che con una Volkswagen gli interventi di riparazione non soltanto sono stati rari, ma anche a prezzo conveniente. Ci si rende conto che il piacere di guidare una Volkswagen non diminuisce con il passare

degli anni. Tutte le caratteristiche positive, che a suo tempo ti convinsero ad acquistare la tua Volkswagen, altri dopo di te le scopriranno e sapranno apprezzarle. C'è un ma. Adesso, che farai? Beh, la cosa migliore è cercarti una nuova amica Volkswagen. Così sarai sicuro che la storia che hai appena vissuto si ripeterà.

VOLKSWAGEN
c'è da fidarsi.

970 punti di vendita e Assistenza in Italia. Vedere negli elenchi telefonici alla seconda di copertina e nelle pagine gialle alla voce Automobili.