

L'Unità

Giornale fondato da Antonio Gramsci nel 1924

L'alleanza democratica

FRANCESCO TEMPESTINI

Al Progetto di alleanza democratica sono state formulate alcune critiche che vale la pena di discutere tra le altre quella di astrattezza. Si potrebbe rispondere a questo rilievo capovolgendo il ragionamento e domandandosi quale concretezza possa esserci nel continuare nella difesa di questi equilibri e di questo sistema politico che ha portato al dissesto finanziario dello Stato, ad una forte crisi di credibilità delle istituzioni. Volendo essere più analitici bisogna prendere atto che si è consumata una lunga stagione della politica italiana e che il rapporto tra Dc e Psi (ma lo stesso potremmo dire se si aggiungessero o si modificassero rebus sic stantibus gli addendi) si è venuto riducendo, quanto a spessore e significato, ad un puro stato di necessità. Di certo senza un radicale rinnovamento del sistema politico che veda nascere una sinistra democratica moderna ma anche un moderno partito popolare moderato, non saremo in grado di impedire una ulteriore caduta e la crescita di ulteriori fenomeni di frantumazione particolaristica. Insomma, gli effetti di una crisi strutturale del sistema politico. Una simile correzione di rotta ha bisogno per affermarsi di un'opinione diffusa di nuove regole elettorali. Nel proporzionalismo puro cui siamo abituati e che ha assolto alla sua funzione si annidano le cause delle difficoltà e delle incapacità dell'attuale sistema ed occorre imboccare la strada del maggioritario. Si tratta di un punto chiave: se si vuole uscire dalla logica consociativa se si vuole togliere il sistema dalla sua attuale condizione di stallo occorre dire di no allo schema democristiano fondato sul combinato disposto di proporzionale e premio di coalizione. Esso comporta l'eternizzazione dell'egemonia della Dc ma soprattutto il blocco di ogni processo di aggregazione condizione indispensabile per il rinnovamento del sistema dei partiti. Debbo dire che trovo ancor meno convincente l'idea di un mix di uninominale proporzionale - con tutti i difetti che un simile sistema già sperimenta al Senato - e di premio di coalizione. Si può discutere sulle forme della auspicabile concomitante elezione del premier, si può discutere sul tipo di sistema maggioritario ed a questo proposito non ho nessuna obiezione a correttivi proporzionalistici del tipo additional member system che attenuino senza stravolgerlo il rigore del principio maggioritario ma è appunto il principio che non può essere messo in discussione se si vuole mettere in moto il meccanismo dell'alternanza.

C'è una seconda riserva che si muove quella del segno liberal-democratico dell'aggregazione. Questioni serie che pone D'Alema quando dice che occorre una sinistra capace di battersi per quei valori che il mercato non tutela. Ma un solido radicamento liberal-democratico significa davvero l'appannamento dei valori ispirati alla solidarietà o invece solo proprio un tale radicamento può consentire una moderna politica di inter-classe operaia e di professionalità ed imprenditorialità di segno alternativo e non conservativo? A guardar bene, alla radice della crisi della sinistra c'è il sindacato e il lavoro tollerato la crescita di un settore pubblico inefficiente e vorace che ha portato con sé un sistema finanziario iniquo ed altrettanto vorace finendo per sostenere più che lo Stato sociale uno stato parasitario ed assistenziale. Oggi la principale difficoltà sta proprio nel rompere questo equivoco quel contratto corporativo stipulato nel corso degli anni e che mostra tutti i segni dell'usura. Di qui la necessità per una sinistra democratica moderna di pensare ad uno Stato più «leggero» ma per questo più forte perché più efficace. Osservava Carniti qualche giorno fa che a proposito dell'assistenza sanitaria occorrerebbe ispirarsi a principi mutualistici consentendo ai lavoratori di farsi con i loro contributi in un sistema autogestito. Sarebbero loro, sulla base dei contributi che sono disposti a pagare a dire quali prestazioni ritengono davvero essenziali.

Poi c'è una seconda questione quella relativa al ruolo dei partiti. Qui si tratta di chiarire bene che una cosa è puntare come la Segni ad una democrazia degli ottimismo troppo permeabile ai poteri forti ed un'altra cosa è prendere atto che l'attuale sistema dei partiti in realtà ha lasciato spazio proprio a quelle lobbies ed a quegli interessi forti che debbono essere ricondotti nei loro ambiti naturali. Oggi l'obiettivo è quello di un recupero forte dei valori della politica ma esso si può realizzare solo se la pratica della politica torna ad essere coerente - potremmo dire - con i principi. In questi anni i partiti si sono divisi a macchia d'olio nella gestione dell'economia dei servizi e delle istituzioni mentre ad esse dovrebbe spettare il compito di dettare le regole lasciando ad altri il compito di gestirle l'applicazione. Non c'è altra soluzione per affrontare serenamente la cosiddetta questione morale che nasce appunto dal fatto che i partiti si occupano di tutto e del contrario di tutto che sono controllati e controllati ad un tempo.

Non c'è altra soluzione se vogliamo far fare al nostro capitalismo quel salto di qualità da capitalismo assistito - spartito che contratta con i poteri pubblici a capitalismo cui venga fatto di scoprire il rischio e la concorrenza. Per un recupero forte della politica insomma i partiti debbono intrarsi non per questo scomparire ma acquistare una più limpida funzione di governo.

* deputato Psi

Clinton, Gore, Quayle: i ragazzi nati durante l'esplosione demografica danno l'assalto al potere americano. La loro generazione ha cambiato cultura, gusti e costume negli Stati Uniti: ora saprà imprimere una vera svolta politica?

Tocca a quelli del «baby boom»

David Shribman è un prestigioso giornalista e commentatore politico americano. Ha scritto questo articolo sul Wall Street Journal, che ci ha autorizzato a pubblicarlo in Italia. Shribman parte dal dato anagrafico che accomuna tre dei quattro concorrenti alla corsa per la Casa Bianca (tutti sotto i 50 anni) per porre delle domande sulla aspettativa di cambiamento che domina l'opinione pubblica americana.

DAVID SHRIBMAN

■ WASHINGTON. Tutti i candidati alla presidenza e alla vicepresidenza parlano di «cambiamento» e tre su quattro sono nati durante il boom demografico dell'immediato dopoguerra. La Guerra fredda è finita. La minaccia sovietica è ormai un ricordo e la Nato non è più una delle istituzioni portanti della civiltà occidentale. Carte geografiche e mappe vanno continuamente aggiornate mentre il nuovo secolo è dietro l'angolo.

Mentre gli americani si avvano alle presidenziali del 1992 è in corso negli Stati Uniti una «svolgente» trasformazione sul versante interno, una svolta epocale che gli storici considereranno una pietra miliare della politica americana?

La risposta è incerta quanto l'esito delle elezioni. «In genere è difficile riconoscere una fase di trasformazione profonda quando la si sta attraversando», afferma James Reichley politologo della Georgetown University ed esperto di analisi dei flussi elettorali. «Le trasformazioni si vedono molto meglio retrospettivamente».

Ma esperti quali Reichley concordano sul fatto che lo scorcio elettorale di autunno contiene molti elementi critici. I politici formati durante la seconda guerra mondiale stanno per uscire di scena. Con quasi assoluta certezza il presidente Bush è l'ultimo candidato presidenziale ad aver combattuto in quel conflitto.

I repubblicani hanno avuto la meglio in cinque delle sei ultime tornate elettorali monopolizzando la Casa Bianca ma non possono non chiedersi se l'era repubblicana - quasi un quarto di secolo con il breve intermezzo della presidenza Carter - non sia al tramonto. Hanno fatto il loro tempo? Ma ciò che più conta è il fatto che con ogni probabilità la generazione del boom delle nascite che ha trasformato il panorama americano nel dopoguerra costringendo il paese a costruire migliaia di nuove scuole dominando i consumi, imponendo i suoi gusti nell'alimentazione nella moda e nei divertimenti e rivoluzionando il mercato immobiliare i luoghi di lavoro e persino le abitudini sessuali è finalmente pronta a svolgere un ruolo sulla scena politica nazionale.

La realtà demografica del boom delle nascite (i demografi ritengono questa fascia della popolazione un elemento di congestione della società

americana) è stato il principale motivo della scelta di Don Quayle alla vicepresidenza quattro anni fa. Ed è stata anche la principale ragione per la quale il governatore Bill Clinton, anch'egli un prodotto degli anni 60 ha scelto come compagno di cordata il coetaneo Albert Gore senatore del Tennessee.

Mentre la campagna elettorale si va facendo più accesa i democratici giocano con trasporto la carta generazionale. La colonna sonora della loro Convenzione è stata una canzone dei Fleetwood Mac che strombazzava «Non smettere di pensare al domani». I loro discorsi sono pieni di allusioni agli anni 60. «Tutto quanto facciamo è generazionale», sostiene Jeffrey Eller, esperto di comunicazioni dell'equipe di Clinton, «basta guardare ai due candidati che non fanno altro che urlare cambio generazionale!».

Hart e Biden Clinton e Gore non sono i primi democratici che tentano la carta generazionale. Ci avevano già provato il senatore del Colorado Gary Hart otto anni fa e il senatore del Delaware Joseph Biden nelle ultime elezioni.

«Se la campagna elettorale si giocherà sul cambiamento, è un vantaggio per i democratici che i due candidati lo riflettano anche nell'aspetto fisico».

Entrambi senza successo in parte per ragioni personali e in parte perché gli esponenti della generazione del boom delle nascite al pari dei loro genitori e dei fratelli e delle sorelle più giovani non sono tutti uguali. «È un enorme gruppo di persone», dice Martha Farnsworth Riche direttrice degli studi di politica presso il Population Reference Bureau un gruppo di ricerca indipendente di Washington. «Se la pensassero tutti allo stesso modo potrebbero far pendere la bilancia in qualunque direzione volessero. Ma non è così e perché questo accade bisogna toccarli sui temi ideologicamente e politicamente trasversali».

Naturalmente è proprio quanto si augurano i democratici. «Se i repubblicani insistono nella campagna elettorale sul tasto del cambiamento», è un bel vantaggio per i democratici che i due candidati riflettano il cambiamento anche nell'aspetto fisico», sostiene Greg Schneider, un consulente politico del Partito democratico.



Ma il fascino di questo messaggio potrebbe andare al di là della generazione del boom delle nascite rappresentata in queste elezioni da quanti hanno un'età compresa tra i 28 e i 46 anni. I più giovani, in particolare modo quelli tra i 18 e i 20-22 anni sono preoccupati delle prospettive economiche», dichiara Kevin Phillips, un politologo repubblicano. «E quindi anche loro sono sensibili al tema del cambiamento».

Stando alle stime del Census Office nel prossimo autunno i nati tra il 1946 e il 1964 saranno circa 77 milioni, pari ad oltre un quarto dell'elettorato. Ma tra i più giovani e i meno giovani vi sono differenze enormi che potrebbero influire sul comportamento elettorale.

Il problema è se lo si può considerare un gruppo omogeneo o meno», dice William O'Hare direttore del Dipartimento di demografia e analisi politica dell'Università di Louisville. «Il meno giovani hanno avuto notevoli opportunità mentre i più giovani di quella generazione si sono trovati in piena crisi».

Da tempo è in corso un dibattito sulla natura dell'identità generazionale che vede in campo storici politologi come Rupert Brooke, Siegfried Sassoon e Erich Maria Remarque tra gli altri), la generazione della depressione negli Usa, la generazione cresciuta sotto Stalin in Unione Sovietica e sotto Hitler in Germania. Alcuni esperti tra cui Anthony Esler del College of William and Mary hanno affermato che le esperienze giovanili come la contestazione studentesca degli anni 60 segnano per sempre una generazione.

Senza garanzie. Ciò non vuol dire che i democratici con i loro candidati



Don Quayle vicepresidente uscente degli Usa in alto Al Gore e Bill Clinton durante la campagna elettorale.

In realtà alcune generazioni sembrano avere in comune una sorta di imprimitura culturale e politica. In questo scorcio gli esempi sono molteplici: la generazione della prima guerra mondiale in Europa (la generazione del 1914) come viene talvolta chiamata con i suoi leggendari cantori Rupert Brooke, Siegfried Sassoon e Erich Maria Remarque tra gli altri), la generazione della depressione negli Usa, la generazione cresciuta sotto Stalin in Unione Sovietica e sotto Hitler in Germania. Alcuni esperti tra cui Anthony Esler del College of William and Mary hanno affermato che le esperienze giovanili come la contestazione studentesca degli anni 60 segnano per sempre una generazione.

Secondo gli strateghi del Partito repubblicano ciò potrebbe garantire al partito una

della generazione del boom delle nascite vinceranno necessariamente le elezioni o che comunque prevalranno in quel segmento di elettorato. Lo scampato Lee Atwater responsabile della campagna elettorale di Bush quattro anni orsono e in seguito presidente del Comitato nazionale repubblicano avvertiva che i democratici potevano perdere il sostegno di questa fascia di elettori se continuavano a mantenere saldi i legami con il vecchio apparato di partito e con i tradizionali gruppi di interesse. «Il comune denominatore dei cittadini tra i 28 e i 46 anni», ebbe a dire Atwater otto anni fa nel corso di una conversazione, «va individuato nel fatto che sono contro gli apparati e le istituzioni tradizionali».

Secondo gli strateghi del Partito repubblicano ciò potrebbe garantire al partito una

buona carta da giocare in una campagna in cui gli apparati politici - per lo più democratici - sono sulla difensiva. Inoltre sostiene il senatore repubblicano del Texas Phil Gramm molti elettori di questa generazione sono soliti votare repubblicano nelle presidenziali. «Non sono tutti voti di democratici. Ed anche se i due candidati democratici sono nati nel dopoguerra non è detto che la maggioranza degli elettori di questa fascia nasca votino per i Clinton alla presidenza. Ma si tratta di un segmento di elettori sfuggente anche per un'altra ragione: l'alta percentuale di astensioni. In due delle ultime cinque elezioni ad esempio meno

«La vecchia generazione si era posta l'obiettivo di vincere la guerra fredda. E l'ha vinta. Ora i vincoli di appartenenza sono defunti».

della metà degli elettori di questa fascia generazionale hanno esercitato il loro diritto. Alle presidenziali di quattro anni fa ha votato il 53% degli elettori di questa fascia rispetto al 61% del resto del corpo elettorale. Molti analisti sono del parere che l'avvicinarsi delle generazioni sia una questione di abitudini che di idee e politiche.

Il grosso interrogativo è se la precedente generazione ha assolto al suo compito», dice Todd Gilim un sociologo dell'Università di California a Berkeley. «L'agitazione del dopoguerra e questo walk out per i Repubblicani quanto per i democratici - si è posta l'obiettivo di vincere la guerra fredda e l'ha raggiunta. Ora i tradizionali vincoli di lealtà e appartenenza sono obsoleti e defunti».

Nel 1963 e 1964 Gilim nella sua qualità di presidente degli Studenti radicali per uno. Società Democratica e si persuase che potesse cambiare negli Stati Uniti un movimento giovanile ma oggi è meno certo di un tempo che la sua generazione sia capace di atteggiamenti politici omogenei. «Si è

sempre creduto che noi della generazione degli anni 60 appartenessimo ad una classe comune ma in quel periodo c'era una bella differenza tra essere studenti universitari o minatori», aggiunge. I democratici ritengono che le trasformazioni internazionali e i problemi di politica interna e il ricambio generazionale possano concorrere a far pendere la bilancia dalla parte di Clinton. «Potrebbe essere veramente così perché a tutto ciò si aggiunge la sensazione che i bisogni della gente cambiano», sostiene Paul Goldman presidente del Partito democratico in Virginia. «Clinton e Gore hanno lo spetto di uomini dotati delle energie necessarie ad affrontare il nuovo. E questo che vuole la gente, al di là del mero dato anagrafico».

A prescindere dal risultato delle elezioni potranno voler ci anni per stabilire se il 1992 ha costituito veramente una svolta critica nella vita politica americana.

Negli Stati Uniti ci sono state diverse elezioni presidenziali che hanno trasformato nel profondo la politica del paese. Una delle prime fu quella del '28 quando Andrew Jackson aprì la strada ad una nuova era di democrazia. Un'altra ebbe luogo nel 1860 quando Abraham Lincoln conquistò la Casa Bianca, si mise alla testa del paese, nella guerra civile e lanciò in orbita il Partito repubblicano. Ma forse la tornata elettorale più importante è stata quella del 1932 che vide il trionfo di Franklin Roosevelt che lanciò la politica del New Deal. Il

«La vecchia generazione si era posta l'obiettivo di vincere la guerra fredda. E l'ha vinta. Ora i vincoli di appartenenza sono defunti».

lontano il Partito democratico dalla sua tradizionale base elettorale nel sud e iniziò a costruire un partito radicale nei grandi centri e liberali che considerava il governo uno strumento per fare del bene.

In molti di questi casi i giovani elettori o coloro che di solito non andavano a votare vennero immediatamente catalizzati contribuendo alla formazione di una maggioranza nuova. Potrebbe accadere anche questa volta ma il risultato potrebbe essere più l'esplosione del rifiuto dei vecchi metodi che il sostegno ad un corso nuovo.

«La richiesta di cambiamento non è specifica», sostiene il deputato repubblicano del Minnesota Vin Weber. «Si avverte un grosso fermento ma tutti ignorano quali sono le questioni sul tappeto. Entrambi i partiti temono che il dibattito politico possa divenire troppo concreto. E per questo ragione mi sembra difficile sostenere che queste elezioni possano rappresentare un cambiamento critico».

(D. Jones & Company traduzione del prof. Antonio Buscotto)

Tarallucci, mele e mentadent

ENRICO VAIME

mentare la quantità del prodotto 3) gonfiare i compensi degli esecutori, 4) ampliare il numero delle ballene 5) tentare ardite sperimentazioni ai trimenti intendibili 6) dare una mano alle industrie in difficoltà sul mercato 7) raddoppiare le inserzioni pubblicitarie per far sì che gli incontinenti possano raggiungere durante le stesse il bagno senza perdere i contenuti «forti» dei programmi. Le risposte possibili sono molteplici e tutte interessanti mi pare. A me preoccupano invece alcune conseguenze che possono derivare dai messaggi che riceviamo dal teleschermo. Cosa prova il consumatore (di Tv e di merci) quando vede la famiglia di Milano, Bianco e Gismanni, Micheli, Tarallucci e Cior di mezza in un ambiente disneyano fuori dal tempo e da qualsiasi mischia «sorridente» e preoccupato solo di ingurgitare quei prodotti che anche lui

ingurgita, ma non in una campagna pulita e ordinata come un campo di golf bensì al secondo piano in un bilocale del ruffello e di Corsico? Frustrazione penso.

Così come immagino il consumatore meno avvertito si faccia un'idea sbagliata dell'ambiente diplomatico seguendo lo spot di un cioccolataio che fa perdere ogni lucido durante una festa all'ambasciata a consoli addetti militari e commerciali che si pensa debbano nutrirsi più che altro per evitare conflitti e migliorare le relazioni e non per portarsi come deficienti golosi che schiungono ogni per un prodotto dolcissimo. Gli spot suggeriscono però considerazioni che possono sembrare polemiche nei telespettatori più critici perché le consumatrici di un certo tipo di assorbente durante il ciclo si gettano col paracadute in preda ad un euforo mestruale scientificamente

inspiegabile? Perché a volte compaiono signori in camicia e dice: «Il problema è la placca dentaria». Non leggono i giornali quelli lì? Almeno usassero una formula più aperta non solo «tra le tante rotture di scatole adesso ci si mette anche la placca». E potrei continuare all'infinito se non mi venisse in mente una tragedia avvenuta l'anno scorso e probabilmente provocata dall'ipertensione televisiva il tentativo degli abbonati di raggiungere la Puglia. Si disse che a cominciare era stata la televisione italiana con le sue immagini di improbabile benessere. A Durazzo a Valona a Idran i poveri albanesi vedevano degli spot inquisitori. Un allevatore di setole che diceva con la sua aspirazione: «Io mi sto a morire di do di do pezzi di cane e mollavo nelle ciotole degli spazzati da bava. Un'altra famiglia che loro sopprimevano tipicamente il mio... altri due tipi».

paola il ritorno di una splendida bambina dalla scuola. La bambina si presentava con un gattino bagnato e la famiglia invece di picchiarla per il ritardo e di tentare di mangiare il gatto le steggiava l'evento con delle aggreganti penne al sugo. Un'altra famiglia di bella realtà virtuale pubblicitaria va all'aperto a prendere una ragazza (extra omniaria come gli albanesi) per ospitarla nella propria casa rustica elegante e imbroglia di affetto e spaventi. Il bimbo non ha avuto dubbi tra qui che dove venire a mangiare penne e spaghetti presso famiglie ospitali o male che fosse andò al minimo dei pezzi di carne dei miei invece i messaggi pubblicitari mi venivano. E in un mese mi misi gli stadi alla maniera di Pinocchio e poi cacciati. E chissà come si saranno sentiti i componenti dell'Associazione pubblicitaria. Credo almeno qualche successo di pubblicità progressiva senza altro omplire.



Inglese vi promettiamo sangue, sudore e lacrime. Winston Churchill

L'Unità

Direttore Walter Veltroni
Condirettore Piero Sansonetti
Vicedirettore Giancarlo Boselli, Antonio Zoilo
Redattore capo centrale Marco Demarco

Edizione spa L'Unità
Presidente Emanuele Macaluso
Consiglio di Amministrazione
Guido Alborghetti Giancarlo Aresta, Antonio Bellocchio
Carlo Castelli Elisabetta Di Prisco Renzo Foa Emanuele
Macaluso Amato Mattia Mario Paraboschi Enzo Proietti
Liliana Rampello Renato Strada Luciano Ventura
Direttore generale Amato Mattia

Direzione redazione amministrazione
00187 Roma via dei Due Macelli 23/13
telefono passante 06/499961 telex 613461 fax 06/6783555
20124 Milano via Feltrina 32 telefono 02 67721

Quotidiano del Pds
Roma Direttore responsabile Giuseppe F. Menella
iscritta al n. 243 del registro stampa del trib. di Roma iscriz.
come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555
Milano Direttore responsabile Silvio Iervasi
iscritta al n. 154 e 2550 del registro stampa del trib. di Milano
iscritta come giornale murale nel regis. del trib. di Milano n. 3599

Certificato n. 1929 del 13/12/1991