

*Caro Cancrini,
leggi su Il Messaggero del
18 settembre che la guerra all'
Iraq sarebbe voluta dal partito
repubblicano, negli Stati Uniti,
soprattutto in funzione elettorale.
Testualmente (l'articolo è firmato da Stefano Trincia):*

*«La polemica che in questi
giorni serpeggi sui giornali, in
Tv ed alla radio prende spunto
da una circolare riservata invia-
ta in agosto ai quadri dirigenti
del Partito Repubblicano da
Carl Rove, consigliere politico
di Bush e eminente grigia della
Casa Bianca. Il documento, tan-
to segreto da divenire rapidamente
di pubblico dominio, re-
cita nelle prime tre righe: "In
vista delle elezioni di nove-
mbre, sfruttare il fattore guerra,
crea consensi, è un vantaggio
sui democratici".*

*I sondaggi di opinione com-
missionati dalla Casa Bianca se-
gnalano la forza elettorale della
guerra contro il terrorismo in
Iraq: un presidente comandan-
te in capo delle forze armate impegnato a combattere i nemici
del popolo americano è un
avversario politico difficile da
colpire. Anche quando, come di
questi tempi, l'economia va ma-
llissimo, lo Stato sociale barcola,
la disoccupazione aumen-
ta».*

*Dificile davvero pensare che questa motivazione, da sola, possa spiegare una decisione così drammatica. Che essa abbia anche soltanto una qualche importanza, tuttavia, fa davvero paura. Così come fanno paurose la freddezza con cui le notizie sulla possibilità di una guerra vengono date e non date dalla stampa e in televisione, la ferocia sorniona di Giuliano Ferrara che attacca come antiamericano o anticoaccidentale «troppo ingenuo» chiunque ten-
ta di dare voce a delle riflessioni un po' più articolate su un problema complesso come questo, la vanità del sorriso di Berlusconi felice di poter essere fotografato accanto al presidente degli Stati Uniti e apparentemente capace di dimenticare, per questo, i contenuti e le ragioni dell'incontro.*

*In che mondo viviamo?
Che sta succedendo?*

Franca Forti, Roma



Mussolini, Berlusconi, Bush: tre esempi di come manipolando il consenso e l'emotività delle persone si ottengano benefici per sé

proprio clan e quello, sempre più grave oggi, per cui scendere in politica è possibile solo per chi dispone di un impero economico, del sostegno di una lobby o di una organizzazione come il partito politico (quello di oggi che a sua volta dipende spesso, per poter funzionare, da una disponibilità sempre meno facile da acquisire senza l'aiuto di chi ha un impero economico o di una lobby)

hanno determinato una situazione, infatti, in cui il consenso e il voto degli elettori non esprimono più opzioni di fondo in contrapposizione fra loro. Sembrano configurarsi sempre di più come scelte basate sulla capacità di presentarsi di un leader e sul suo indice di gradimento. Come una merce, cioè, che può essere acquistata su un terreno che si configura sempre di più come quello caratteristico delle attività commerciali. Tristissimo pensare, sulla base di queste considerazioni, che i persuasori occulti della politica siano costretti per restare a galla, per mantenere e accrescere il loro potere, ad utilizzare le stesse tecniche dei commercianti che vendono un prodotto. Con l'aggravante drammatica per cui loro, i politici, sono i soli a poter «vendere» prodotti falsi, su cui non vigila nessuna Authority. D'istinto imparando, i più furbi o i più abili, quelli comunque che hanno più probabilità di «vincere», che l'acquisto dei voti è più facile se le masse vengono sollecitate fortemente sul piano emotivo (suscitando speranze, sostanzialmente, e individuando nemici che impediscono di realizzarle) costringendo delle situazioni in cui quelli che contano sono soprattutto i messaggi che fomentano la rabbia e l'aggressività agendo sui livelli meno consapevoli della percezione e della valutazione. Come bene illustrato, mi pare, dalla affermazione per cui «un presidente comandante in capo delle forze armate impegnato a combattere i nemici del popolo americano è un avversario politico difficile da colpire». Affermazione con cui lo staff del partito repubblicano e il clan di Bush, che hanno avuto il contributo generoso e in chiaro delle industrie che producono armi in campagna elettorale (e che ai loro finanziatori debbono pur rispondere delle loro scelte) pensano di poter inseguire oggi il consenso ed i voti di una popolazione sottoposta da tempo ad un bombardamento di notizie sul terrorismo e sul Male del mondo (paurosamente simili, da questo punto di vista, a quelle sulle plutocrazie, sugli ebrei e sui comunisti della propaganda nazista o fascista) che hanno efficacemente preparato il terreno all'annuncio della guerra. Una guerra di cui solo gli ambienti intellettuali più sofisticati considerano i pro, i contro e la legittimità.

Una guerra contro cui hanno difficoltà ad esprimersi anche gli esponenti della attuale opposizione democratica: spaventati dall'idea per cui i discorsi giusti, quelli in cui magari si crede, potrebbero creare problemi nel momento delle elezioni. Con ciò segnalando il limite, nei paesi occidentali moderni, anche di quella democrazia dell'alternanza verso cui così tante faticosamente andiamo (crediamo di dover andare).

Potremmo fare qualcosa? Si può progettare qualcosa? Lontano dalla politica attuale, dire che un popolo è sovrano dovrebbe voler dire che ha il diritto di essere consultato direttamente (un nuovo uso dei sondaggi?) dopo aver ricevuto una informazione corretta (una par condicio vera intorno alle diverse opzioni, non intorno a chi le propone). Sognare è sempre utile quando si vive una condizione di estremo disagio ma il movimento pacifista dovrebbe riflettere e combattere sulla procedura con cui si arriva alle decisioni oltre che sui contenuti di queste ultime.

Maggio 1940. Nel racconto di mia madre eravamo alla stazione di Anzio, noi piccolissimi con lei ancora troppo giovane. Quando l'altoparlante cominciò a diffondere in diretta la dichiarazione di guerra di Mussolini, lei cominciò a piangere e non si fermava più. Ogni volta che si parla di guerra quella che mi torna in mente è quella immagine. E mi dico che piangere non basta.

Il nemico, ovvero come incanalare l'aggressività delle masse

LUIGI CANCRINI

In un libro famoso dedicato alla Storia d'Italia (Laterza lo ha pubblicato per poco in edizione economica) Denis Mack Smith, uno storico inglese di scuola liberale (e dunque non marxista, non socialista o rivoluzionario) analizza con sconcertante lucidità due passaggi cruciali del percorso compiuto dal nostro Paese: quello legato all'ingresso in guerra dell'Italia nel 1940 e quello legato all'entrata in politica di Berlusconi nel 1994. Quella che se ne può trarre, credo, è una riflessione utile sul problema da lei proposto: il problema alla base di tante ricerche e tante discussioni sul modo in cui, nella storia, piccole motivazioni personali o di parte possono dar luogo a eventi di enorme portata. Come accade a volte in montagna quando un rumore improvviso può mettere in moto una valanga o nei boschi quando l'imprudenza di un campeggiatore fa partire un incendio. Cominciamo dal primo dei due passaggi. È il maggio del 1940, la Germania di Hitler sembra destinata a vincere rapidamente la sua guerra contro quella che fascisti e nazisti chiamavano «le plutoziazie occidentali».

«Silvio Berlusconi, uno degli uomini più ricchi d'Europa, aveva conquistato i suoi primi successi nel campo dell'industria edilizia milanese durante gli anni

corteo vittorioso attraverso Londra o Parigi era irresistibile, e ora pensava di potersi annettere un territorio enorme in Africa centrale e nel Medio Oriente. Era umiliante stendersi in disparte a braccia conserte mentre altri stavano scrivendo la storia. Per rendere grande un popolo, egli disse, bisogna costringerlo a combattere, magari anche prendendolo a calci. Temeva di diventare oggetto di scherno per tutta l'Europa, ma si consolava dicendo a Ciano che avrebbe fatto rimpiangere agli inglesi la loro ostinata resistenza e che l'intervento dell'Italia avrebbe segnato l'inizio della loro disfatta. (...) L'intervento dell'Italia non recò nessun beneficio ai tedeschi, e non fece altro invece che chiudere un'utile falla nel blocco continentale praticato dagli inglesi e coinvolgere la Germania negli stravaganti progetti di un megalomane incompetente».

Ragioniamo ora sul secondo dei due episodi, l'entrata in campo di Silvio Berlusconi. Scrive in proposito Denis Mack Smith:

«Silvio Berlusconi, uno degli uomini più ricchi d'Europa, aveva conquistato i suoi primi successi nel campo dell'industria edilizia milanese durante gli anni

Settanta, un periodo di speculazione immobiliare senza freni; e si era poi allargato ai settori delle assicurazioni, dei supermercati, della pubblicità, dei giornali e, cosa più importante di tutte, della televisione. Secondo alcuni, la Fininvest, la sua holding di famiglia, aveva un peso politico pari a quello della Fiat; ma, a differenza della società di Giovanni Agnelli, la Fininvest non era quotata in Borsa, e di conseguenza i suoi conti e le sue immobiliari ramificazioni rimanevano sconosciuti. (...) Un fatto che indusse Silvio Berlusconi a impegnarsi in politica fu che l'eclisse di Craxi l'aveva lasciato pericolosamente privo di protezione politica. Un altro fatto importante era dato dagli enormi debiti contratti con le banche del settore pubblico. Berlusconi era interessato a portare queste banche sotto la sua diretta supervisione politica, o quanto meno a impedirne il controllo da parte della sinistra. Il timore era che ministri della Giustizia e delle Finanze a lui ostili potessero adottare in materia di irregolarità finanziarie una linea più dura rispetto ai precedenti governi, e magari interrompessero la serie delle frequenti amnistie per l'evasione fiscale e le illegalità nel campo dello

sviluppo urbano, da cui dipendevano molte fortune private. Erano in gioco anche le reti televisive commerciali di Berlusconi, tanto più che questo lucroso quasi-monopolio era stato denunciato dalla Corte Costituzionale a Roma e dai politici europei a Bruxelles». Gli esempi, ovviamente, potrebbero molti. Quelli qui riportati, tuttavia, sono sufficienti a proporre un dibattito di fondo sul funzionamento delle istituzioni politiche, sugli uomini che le guidano, sul tipo di rapporti che essi hanno con il popolo che li elegge (nel caso di Bush e di Berlusconi) o che li acclama (nel caso di Mussolini). Quello che si mette in moto nel caso dei nostri esempi infatti, e che si sta mettendo in moto ancora una volta adesso, è un meccanismo perverso per cui, grazie ad una operazione di facciata, ad una manipolazione intelligente e riuscita dell'opinione pubblica, scelte basate su motivazioni modeste e di cui si dovrebbe sostanzialmente solo vergognare, vengono presentate come necessarie ed importanti per tutti. Più o meno apertamente e sistematicamente favorito dal sistema giornalistico e, oggi, televisivo, quello che viene ottenuto in questo mo-

do è un consenso di massa, fortemente caratterizzato in termini emotionali, legato ad una identificazione con un leader di cui si approvano coscientemente le parole e di cui si condividono inconsapevolmente gli impulsi, le tendenze trasgressive o le crudeltà. All'interno, il tutto, di una situazione ben nota agli studiosi delle relazioni interpersonali più patologiche. Affidati all'altro ed alle azioni di un altro capace di esaudirle senza dirlo e di dare loro occasioni negative (rimosse) di soddisfazione, le tendenze più sadiche e gli impulsi più aggressivi caratteristici di una psicologia delle masse che vivono in una situazione reale o costruita di difficoltà possono trovare, infatti, uno sfogo semplice, naturale ed appagante. Capace, soprattutto, di non mettere le persone in difficoltà con la loro coscienza.

La seconda cosa su cui dolorosamente dobbiamo cominciare a riflettere è che la democrazia rappresentativa basata sul voto, così come è organizzata oggi, non offre rimedi sicuri a questo tipo di perversione della politica. Il fatto che

acquisire potere e prestigio di rappresentante politico possa tornare utile dal punto di vista economico per sé e per il

Atipiciachi di Bruno Ugolini

«Io, GIORNALISTA CON TESSERA Fiom»

Un vero labirinto il mondo degli atipici. Scopro così che esistono giornalisti con la tessera Fiom: metalmeccanici. Il caso è stato al centro di un dibattito presso la festa dell'Unità di Modena, voluto da «Unità on line». C'erano Silvia Garambois, segretaria di Stampa Romana, ed Emilio Vafora, segretario del Nidil Cgil (nuova identità lavorative). Il terzo interlocutore era proprio il giornalista con tessera Fiom di cui parlamo. Il suo nome è Antonio Casonato, 39 anni. Ha, in realtà, una doppia tessera sindacale: è consigliere dell'associazione Stampa Romana ed è stato eletto nella Rsu (rappresentanza sindacale aziendale), appunto per la Fiom, tra i lavoratori di un sito chiamato Caltanet. Trattasi del sito Internet promosso da Caltagirone, l'editore del Messaggero. Perché questa appartenenza ai metalmeccanici? Perché l'editore aveva a suo tempo voluto incasellarli così. Ora però la Federazione nazionale della stampa è intervenuta e ha denunciato Caltanet all'autorità giudiziaria «affinché valuti la sussistenza del reato di stampa clandestina e ne di-

sponga il sequestro». Gli ispettori dell'Associazione della stampa hanno, infatti, appurato che «per due anni il sito di uno dei maggiori editori di questo Paese ha fatto informazione con una redazione giornalistica assunta con contratto metalmeccanico, nonostante la legge sull'editoria non lasci dubbi sul diritto dei giornalisti ad avere il riconoscimento professionale». Antonio spiega che la sua vicenda è iniziata due anni fa, quando aveva letto, proprio sul Messaggero, che cercava redattori web. L'iniziativa era partita nell'aprile del Duemila con una cinquantina di dipendenti addetti al sito, alcuni con contratti a tempo indeterminato, altri Co.co.co. Era un'attività che intrecciava lavoro giornalistico a lavoro d'immagazzinazione al computer. Una delle attività più diffuse oggi nella rete. Devi saper scrivere, ma devi anche possedere un tuo sapere telematico. Il contratto era quello dei metalmeccanici. Ecco però che, nel frattempo, è stipulato tra la Federazione della stampa e la Federazione degli edi-

tori il nuovo contratto di lavoro per i giornalisti. Qui è specificata una nuova figura di giornalista on line, con costi inferiori. I redattori metalmeccanici di Caltanet, a quel punto, chiedono di essere considerati a tal guisa, come giornalisti on line. Inutile rivendicare. Soprattutto gli ispettori dell'Inpgi e accertano che trattasi proprio di lavoro giornalistico, chiedono all'azienda di pagare i contributi dovuti. Nel frattempo Caltanet, come altre iniziative simili sul web, perde colpi, è deciso il ridimensionamento, alcuni dei dipendenti sono spostati ad altre attività. Molti Co.co.co. sono estromessi, altri assunti entrano in mobilità. Rimarranno in 18, più un gruppo di Co.co.co. Anche lui, Antonio Casonato, da venerdì prossimo rimarrà a casa. Una storia emblematica, non isolata e che dovrebbe far riflettere. L'aspetto singolare, si fa per dire, è che in situazioni come queste i lavoratori «stabili», i giornalisti professionisti, quelli che vivono accanto ai loro colleghi metalmeccanici o Co.co.co. non fanno una grinza.

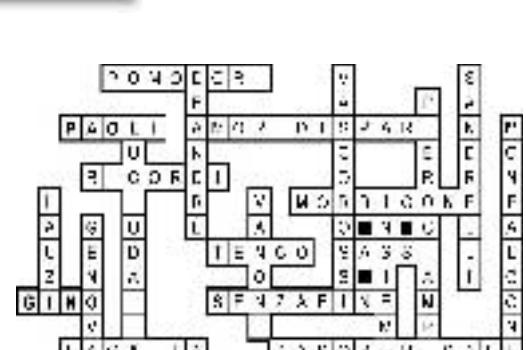


Vestito alla campagnola con una caricatura del primo ministro Tony Blair sul cappello: uno dei 300 mila manifestanti contro il divieto di caccia alla volpe in Inghilterra

Soluzioni



Indovinelli: la gatta; la chitarra; le scuse
Oggi al cinema: Un pesce di nome Wanda
Uno, due o tre?: la risposta esatta è la n. 2.



DIRETTORE RESPONSABILE	Furio Colombo
CONDIRETTORE	Antonio Padellaro
VICE DIRETTORE	Pietro Spataro
	Rinaldo Gianola (Milano)
	Luca Landò (on line)
REDATTORI CAPO	Paolo Branca (centrale) Nuccio Ciconte Ronaldo Pergolini
ART DIRECTOR	Fabio Ferrari
PROGETTO GRAFICO	Mara Scanavino

I Unità

DIREZIONE, Redazione:

■ 00187 Roma, Via dei Due Macelli 23/13

tel. 06 69646217/9

■ 20124 Milano, via Antonio da Recanate, 2

tel. 02 8969811, fax 02 89698140

■ 40133 Bologna, via del Giglio 5

tel. 051 315911, fax 051 3140039

Stampa:

Sabò s.r.l., Via Carducci 26 - Milano

Fac-simile:

Sies S.p.A., Via Santi 87, - Paderno Dugnano (Mi)

Seron S.p.A., Via del Fosso di Santa Maura - Torre Spaccata (Roma)

Ed. Telesistema Sud Srl, Località S. Stefano, B2038 Vitulano (Bn)

Unione Sarda S.p.A., Viale Elmas 112 - 09100 Cagliari

STS S.p.A., Strada 5a, 35 (Zona Industriale) - 95030 Piano D'Aci (Ct)

Distribuzione:

A&G Marco Spa Via Fortezza, 27 - 20126 Milano

Per la pubblicità su l'Unità

Publikompass S.p.A., Via Carducci, 29 - 20123 MILANO

Certificato n. 2498
dal 10/12/1997

Iscrizione al numero 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma, Quotidiano dei Gruppi parlamentari dei Democratici di Sinistra - l'Ulivo, Iscrizione come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Tel. 02 24424443 Fax 02 24424490

02 24424533 02 24424550

</div