

Gli istituti crollano sugli studenti e le risorse sono sempre meno, ma il governo lancia spot a raffica e otto milioni di opuscoli per convincerci che non è così

La Moratti investe sulla scuola, ma solo in tv

È partita l'ossessiva e costosa (5 milioni di euro) campagna pubblicitaria sulla sua legge

Mariagrazia Gerina

ROMA «Abbiamo ascoltato i ragazzi, abbiamo ascoltato gli insegnanti, abbiamo ascoltato i genitori e attraverso quello che abbiamo ascoltato, abbiamo costruito la nuova scuola. La scuola che cresce, proprio come te». È la storia della riforma scolastica nella versione autorizzata, anzi commissionata dal ministero a una delle più grandi agenzie pubblicitarie, la Saatchi & Saatchi, che ha firmato lo spot in onda in questi giorni su tutte le reti nazionali. Costo, cinque milioni di euro. E via: sciami di studenti si precipitano giù per le scale a chiochiola di un ideale edificio scolastico, studenti giocano in un cortile assolato che la maggior parte delle scuole della penisola non si sognano nemmeno di avere, una famiglia brinda con calici splendidi (forse festeggia l'avvento della riforma?), mentre una voce fuori campo recita la favola della «scuola che cresce proprio come te», la «nuova scuola» che - il coro degli operai morattiani dice - «abbiamo costruito» per te. Di riforma non si parla nella versione autorizzata dalla Moratti e cesellata secondo astute strategie pubblicitarie. Non è popolare nemmeno nominarla, evidentemente, devono aver suggerito al ministro gli esperti della Saatchi. Quella parola inopportuna, che subito evocerebbe cortei, manifestazioni di piazza, scioperi e centinaia di migliaia di persone che in-

stancabilmente per un anno e mezzo si sono riversati nelle strade per protestare contro la riforma Moratti. Meglio tenerla fuori, insieme alla realtà. Nella realtà le cose sono andate diversamente, lo sanno tutti. Insegnanti, studenti, famiglie non sono mai stati ascoltati. E in un «autunno caldo» lungo un anno e mezzo, si sono registrati grottondi, occupazioni, scioperi della fame, studenti e insegnanti incatenati davanti al ministero pur di ottenere l'udienza negata. Nella realtà, c'è stato anche un terremoto che ha buttato giù la piccola scuola di San Giuliano portando alla luce il dramma di un'edilizia scolastica fatiscente e mortifera, che non dà nessuna tranquillità alle famiglie e ai bambini che la frequentano. Nella realtà gli insegnanti e tutto ciò che di bello c'è nella scuola, progetti, laboratori, didattica alternativa, hanno subito il ricatto delle spese che il ministero non si può permettere. Mentre i bambini disabili si sono visti tagliare le ore di sostegno. Tutto questo, orco Tremonti compreso, scompare, come per magia, quando va in onda la pubblicità commissionata dalla Moratti. Resta «la scuola che cresce». Basta pagare. Per vederla trasmessa in tv, per dire, il ministero dell'Istruzione ha sborsato alla Saatchi & Saatchi cinque milioni di euro. Ma la torta sarà spartita anche con la Bnl Eventi, cara ai responsabili comunicazione del ministero, Paolo Glisenti e Roberto Pesenti, chiamati a viale Tra-

stevere dalla Moratti ma già consiglieri della Bnl, a cui fu appaltata anche l'organizzazione degli Stati Generali. E il biscotto nella cioccolata potrà intingerlo anche la Comunità di San Patrignano, che avrà una parte nella difficile impresa di comunicare al mondo la scuola che non c'è. Sono già pronti otto milioni di opuscoli da distribuire nelle stazioni e negli aeroporti, oltre che nelle scuole, e da qui ai prossimi mesi tante altre iniziative saranno lanciate. Con gradualità, in modo da toccare il culmine nella primavera del 2004 e lasciare poi direttamente il passo ai nuovi spot elettorali. Così Letizia Moratti, come una regina decadente, ha deciso di spendere gli ultimi soldi rimasti nelle casse del ministero per vedere realizzato il suo sogno almeno in tv. Perché nella realtà Giulio Tremonti è sempre fermo nella sua intenzione di lasciar morire di stenti scuola e riforma. D'altra parte fin dagli Stati generali, l'ex presidente della Rai ha lavorato per creare una scuola parallela, da mandare in onda come uno spot, sulle reti tv, una gigantesca macchina di cartapesta che allora - era il dicembre del 2001 - fu costretta a una ridicola fuga per la penisola, a uno spostamento di sede dell'ultima ora da Foligno a Roma, per seminare la massa di studenti e insegnanti pronti alla contestazione. Poi è arrivata la pubblicità a spazzare via la contestazione. Basta un colpo di spot.

il commento

È in onda la «tele-svendita» dell'istruzione pubblica

Marina Boscaio

Lo stile inconfondibile è quello al quale il Ministero dell'Istruzione ci ha abituato, da due anni a questa parte. La chiamano campagna di comunicazione-informazione, ma in realtà si tratta di una vera e propria campagna pubblicitaria che, come tale, ha lo specifico compito di proporre un prodotto nel modo più appetibile possibile, così che i consumatori lo desiderino e poi lo comprino. Non necessariamente - e anzi quasi mai - le qualità illustrate in uno spot descrivono la realtà oggettiva del prodotto pubblicizzato. Ma finché si tratta di una crema antirughe che promette di cancellare i segni del passare del tempo, ci possiamo anche stare: è stato bello, per un attimo, credere che il miracolo potesse compiersi. Ma quando il prodotto, la merce da vendere è la scuola pubblica occorre essere più cauti. Ancora di più se la campagna pubblicitaria tenta di «vendere» alle coscienze di un pubblico tuttora troppo poco informato una riforma francamente impre-

sentabile, per la quale non esiste ancora un piano economico concreto, ma sulla quale si continuano a sventolare entusiastici pareri, tutti di parte e tutti privi di fondamento reale. Perché è la legge stessa ad esserne priva. Lo spot televisivo del Ministero dell'Istruzione che va in onda sulle Tv nazionali da sabato scorso rappresenta perfettamente lo scollamento tra il mondo illusorio ed edulcorato cui la Moratti sembra credere e la realtà concreta del nostro Paese, che ancora una volta resta fuori dalle rappresentazioni mediatiche e teatrali che piacciono tanto a questo Governo. L'iconografia continua ad essere prevedibile, edulcorata ed ammiccante: un mondo patinato da Mulino Bianco dove non c'è posto per una effettiva comprensione della complessità del reale. «La scuola cresce proprio come te»: la scuola non cresce con la legge Moratti, anzi regredisce pericolosamente ad una situazione antica e stantia, dove vige la legge del più forte. Là dove per il più forte si intende il meglio nato, il più danaroso, chi ha socialmente un ruolo migliore nella scala di valori che questo Gover-

no non vuole e non può dimenticare. Difficilmente cresceranno anche i bambini e i ragazzi italiani. Ciò non accadrà se per crescita intendiamo - doverosamente - l'estensione dei diritti anche ai meno fortunati; l'allargamento dell'opportunità di evadere dai destini pre-costituiti dalla nascita; la diffusione capillare dei valori della cultura, della coscienza civile, della solidarietà. Ci dovranno pensare le famiglie, strumentalmente chiamate in causa a sostenere una sinergia falsamente democratica con la scuola ma che ben presto saranno obbligate a rimpinguare le carenze di un tempo scuola sempre più contratto, di attività pomeridiane a pagamento che daranno ai figli i crediti necessari per andare avanti nella maniera più brillante. E gli altri? E i poveri, e gli incolti? Assisteranno attoniti alla rappresentazione farsesca di una finta democrazia, dove la divaricazione tra cittadini di serie A e cittadini di serie B sarà presente fin dalle prime battute: l'ingresso anticipato alla materna e alle elementari solo per le scuole che avranno fondi e strutture disponibili; il portafoglio personale che partorisce folle di studenti semianalfabeti nei vari laboratori; le famiglie più vigili e capaci che saranno più presenti ed influenti di quelle che sono impegnate a mettere insieme il pranzo con la cena; la scelta precoce tra istruzione e formazione professionale, culminante nella più clamorosa e subdola delle prese in giro: il diritto-dovere sostituito all'obbligo scolastico e nega qualunque democratica e doverosa forma di ingerenza dello Stato sul percorso scolastico dei ragazzi dopo i 13 anni. Non è vero, come dice lo spot, che «hanno ascoltato»: questo Governo e questo Ministero non sono capaci di ascoltare. Non hanno ascoltato i ragazzi, altrimenti avrebbero avvertito chiaro e forte il grido di dissenso sui contenuti - vaghi, ma nella loro vaghezza improntati ad un'idea della scuola pubblica inaccettabile - della legge Moratti. Non hanno ascoltato gli insegnanti, che continuano a scioperare e ad organizzare assemblee e dibattiti su questi temi, angosciati dai metodi manageriali e impositivi di una politica scolastica che da due anni li dimentica puntualmente. Non hanno ascoltato i genitori, o forse hanno ascoltato solo quelli dello spot, che pasteggiano con i calici presumibilmente pieni di champagne. E certamente a quei genitori molto poco importa se gli stanziamenti per la scuola sono irrisori; se le cifre relative ai tagli di posti di lavoro sono agghiaccianti; se i precari saranno cancellati dal panorama scolastico; se i soldi per la riforma non ci sono, ma quelli per mandare avanti (5 milioni di euro) una articolata e mendace campagna pubblicitaria si trovano immediatamente. Quelli, tanto, i loro figli li mandano alla scuola privata.

Roma - Tangenziale est



Foto di Andrea Sabbadini

Roma - Piazza Augusto Imperatore



Foto di Andrea Sabbadini

Maria Zegarelli

ROMA Votate centro destra e i suoi Moffa, i suoi Gargano, Schiuma e quant'altri. Perché la civiltà fa la differenza. Li riconoscerete subito. Sono gli stessi che incontrate ogni mattina mentre salite sull'autobus, in macchina, passeggiando in centro o nella periferia di Roma. Sono ovunque. Guardatevi intorno, scrutate i muri dei palazzi, quelli delle recinzioni, le impalcature: ci troverete attaccate le loro belle facce, stampate in tutti i formati e le grandezze. «Moffa, la forza dei fatti», Moffa e i suoi compari. An contro la Sinistra, il partito del vice premier che stampa le frasi del presidente dei Ds sulla guer-

Il Polo alla guerra dei manifesti: abusivi

I cartelloni di An riempiono Roma. Tutto tappezzato anche sotto Palazzo Chigi. Non servono le multe del Comune

ra e poi le fa attaccare ovunque i vostri occhi possano posarsi. Roma, piazza Colonna, di fronte a Palazzo Chigi: sono anche lì. Tangenziale est: ci sono. Piazza Augusto imperatore: ci sono. L'elenco potrebbe essere lunghissimo, tedioso, sempre le stesse facce, le stesse frasi, ripetute all'infinito. Si tratta di manifesti affissi abusivamente. È una guerra di car-

ta, non uccide. Imbratta. E costa, come tutte le guerre, grandi o piccole che siano.

Il Comune di Roma ogni giorno provvede alla defissione di mille manifesti per un costo di 50 centesimi l'uno: la mattina seguente ricompaiono, nello stesso posto, in numero maggiore. Dicono consolatissimi all'assessorato al Commercio: «È una lot-

ta impari. Loro sono più forti, numericamente più forti». Ci sono squadre specializzate a pagamento di imbrattatori. Costano un po' ma il risultato è garantito, sotto gli occhi di tutti.

I vigili urbani controllano, emettono multe che vengono trasmesse direttamente alla prefettura, che a sua volta spedisce tutto ai partiti re-

sponsabili. È un giro vorticoso, senza soluzione di continuità. Più si avvicinano le elezioni meno resta del senso del pudore. Non bastano neanche i 60mila spazi adibiti in tutta la città: non sono sufficienti per riproporre ad un'opinione pubblica sfianata i volti e i nomi di chi si deve eleggere. Per questo bisogna prendere d'assalto ogni luogo, ogni centime-

tro quadrato disponibile. Eppure proprio i cittadini, i mittenti di queste incassate tam-tam, hanno più volte espresso fastidio per «manifesto selvaggio». Hanno tempestato di telefonate sia i vigili urbani che il Comune. Tanto che, anche alla luce degli alti costi sostenuti dall'amministrazione per la defissione, l'assessore al commercio ha convocato intor-

no ad un tavolo tutti i segretari dei partiti politici a livello provinciale. L'intento era quello di arrivare alla firma di un protocollo d'intesa, un impegno, in buona sostanza, a rispettare, in tempo di elezioni, ma anche in tempo di «pace», gli spazi adibiti agli spot elettorali su carta. L'accordo quando stava per essere siglato si è bloccato: la Margherita aveva altre proposte. E dato che nel frattempo la campagna elettorale incombeva, si è deciso di rimandare gli incontri a dopo. Forse era troppo pretendere un clima di collaborazione in vista della chiamata alle urne. È tutto vero: è necessario un protocollo di intesa tra i segretari dei partiti politici anche per garantire il rispetto delle leggi e del decoro urbano.

C'erano centinaia di giovani ieri ai funerali del ragazzo morto per difendere il motorino. La rabbia per le città poco sicure

Una fiaccolata per ricordare Paolo

Claudio Pappaianni

SAN SEBASTIANO AL VESUVIO (NA) Composti nel loro dolore, vero e non da reality show, ma decisi nel chiedere e ottenere giustizia. Sono i ragazzi di San Sebastiano al Vesuvio, di Pollena, di Cercola e di tutti i comuni alle pendici del Vesuvio, sono gli amici di Paolo e anche chi Paolo non lo conosceva affatto. Ieri hanno preso parte ai funerali, affollatissimi, soprattutto di giovani. In mattinata sono scesi in piazza, in serata hanno preso parte alla fiaccolata. Da sabato, da quando il loro amico è morto per difendere il suo motorino, presiedono il marciapiede dove è caduto, hanno organizzato un'assemblea domenicale nel loro istituto e non hanno mai pronunciato una

parola fuori luogo. Qualcuno, sì, ha scritto la parola vendetta su un cartello ma era solo chi, e come biasimato, non riesce a rimanere lucido di fronte ad un dramma difficile da accettare. Loro, i ragazzi del Liceo «Salvatore Di Giacomo» di San Sebastiano, non si rassegnano alla morte del loro compagno ma, nonostante la loro giovane età, rispondono con grande maturità e senso civico. Ieri mattina, in corteo, sono andati dal sindaco di San Sebastiano al Vesuvio, Silvio Carpio: «Vogliamo giustizia per Paolino e sicurezza per i giovani del paese» hanno detto nell'aula consiliare i loro rappresentanti. Nei loro occhi, rossi dal pianto, c'è la consapevolezza di dover reagire, tutti insieme e con decisione, all'ennesimo affronto della criminalità organizzata. Chiedono maggiori controlli, citano con sdegno

ironia lo slogan delle annunciate «Città più sicure»: «Siamo stanchi delle parole, che seguano i fatti - hanno detto - Quanti ragazzi devono morire prima che l'organico delle forze dell'ordine sia potenziato?».

È tutto cittadino a San Sebastiano al Vesuvio, nell'aula consiliare si osserva un minuto di silenzio. Il sindaco raccoglie le istanze dei ragazzi e rilancia con l'invito ad usare il caso: «Sono padre - dice - e posso capire, ma voi dovete anche capire che indossare il caso è un vostro dovere». È tutto cittadino anche a Pollena Trocchia, il paese da dove Paolo veniva e dove si sono celebrati i funerali alla presenza di almeno duemila persone tra familiari, amici, conoscenti e semplici cittadini. Un silenzio assoluto rotto da un lungo applauso dei compagni della terza D.

Precipita Tornado dell'Aeronautica decollato dalla base di Gioia del Colle. Incolumi i piloti. Aperta un'inchiesta

Bari, caccia militare cade vicino alle case

ROMA Un aereo Tornado dell'Aeronautica Militare è precipitato ieri pomeriggio poco dopo il decollo dall'aeroporto di Gioia del Colle, in provincia di Bari. I due piloti si sono lanciati con il paracadute e dopo pochi minuti sono stati recuperati dai carabinieri e trasportati in ospedale per accertamenti, anche se sono apparsi in buone condizioni. È caduto a circa 300 metri dalla strada provinciale che collega Gioia del Colle con Santeramo: nell'impatto si è frantumato in diversi pezzi che si sono sparsi per un raggio di alcune centinaia di metri. La strada provinciale è stata chiusa al traffico. Prima di infrangersi al suolo il velivolo ha proceduto con volo radente urtando alcuni alberi e abbattendone le parti superiori. Alcuni rami hanno anche preso fuoco, ma non c'è stato alcun incendio considerevole. I piloti, che si erano lanciati con il paracadute,

sono stati recuperati ed accompagnati per accertamenti nell'ospedale di Gioia del Colle.

Sono in «buone condizioni» i due piloti del Tornado del 36esimo Stormo di Gioia del Colle e il velivolo, riferisce in una nota l'Aeronautica militare, è finito in un uliveto, in zona Contrada Parco Largo, a circa tre miglia dalla base. Il pilota e il navigatore - rispettivamente, il tenente Vito Conserva, 27 anni, di Grottaglie (Ta) e il capitano Michele Ciuffreda, 33 anni, di S.Giovanni Rotondo (Fg) - si sono lanciati dal velivolo con il paracadute e non sono feriti seriamente. Immediatamente, un elicottero HH-3F dell'84esimo Centro SAR di Brindisi è decollato per recuperare l'equipaggio, che è stato poi trasportato per ulteriori accertamenti all'ospedale di Gioia del Colle. L'Aeronautica Militare ha nominato una commissione per accertarne le cause. Una secon-

da inchiesta conoscitiva, è stata, poi, aperta anche dal pm di turno della procura della Repubblica presso il Tribunale di Bari, Emanuele De Maria, e la procura militare di Bari quasi certamente aprirà un fascicolo nelle prossime ore. «Ho sentito un botto, ho alzato la testa e ho visto l'aereo in fumo cadere», ha raccontato un testimone che ha assistito alla caduta del Tornado. Pierino Cacciapaglia, 45 anni, vive in uno dei casolari della zona insieme con sua moglie e i suoi due figliolotti. «Saranno state le quattro di questo pomeriggio - prosegue - Stavo tagliando l'erba. Con me c'era mio figlio di sei anni. Avevo appena spento il motore della sega elettrica, quando, nel silenzio, si è sentito un botto nel cielo. D'istinto ho alzato la testa e ho visto su di me quell'aereo fumare. È durato poco, poi l'ho visto precipitare in picchiata».