

Caro Direttore, finite le elezioni ed all'indomani dei ballottaggi è tempo di analisi e rendiconti. Che fare, ora? Anche noi dell'Italia dei Valori ce lo siamo chiesti e ce lo stiamo chiedendo, spulciando ed analizzando i risultati elettorali. Analisi che dobbiamo e vogliamo fare con onestà intellettuale, superando l'ipocrisia - spesso presente nei partiti - di esaltare solo gli aspetti positivi della vicenda, che pure ce ne sono e sono tanti: abbiamo comunque ottenuto un risultato che ci ha permesso di esprimere due parlamentari europei, confermando il precedente risultato numerico; abbiamo ottenuto un risultato quasi doppio alle elezioni amministrative, contribuendo in tal modo alla presocché generale vittoria del centrosinistra eleggendo sindaci, consiglieri regionali, provinciali e comunali nonché ottenendo diversi ruoli di assessori e contribuendo così allo svecchiamento ed al ricambio della classe politica; siamo diventati una forza politica ben radicata nel territorio in grado ora di farci rispettare e proporre positivamente i nostri programmi alla coalizione del centrosinistra in cui ci ritroviamo e con cui vogliamo costruire un futuro assieme. Eppure tutto ciò non può bastarci se vogliamo - come vogliamo - pensare ad un futuro migliore non solo nostro ma di tutto il centrosinistra nell'interesse del paese. Certo, Forza Italia e Berlusconi hanno ricevuto una bella "scoppola" elettorale ma anche noi abbiamo ricevuto una salutare lezione: "Uniti si vince", cheché se ne dica, come i risultati delle elezioni amministrative hanno dimostrato. Noi dell'Italia dei Valori vogliamo fare tesoro di questo sentimento diffuso fra gli elettori e lo stesso gesto di disponibilità e responsabilità chiediamo di fare "senza se e senza

La via semplice per vincere

Non ci interessano le formule, so solo che per il successo del centrosinistra è indispensabile attirare l'elettorato moderato e sfiduciato

ANTONIO DI PIETRO

ma" a tutte le altre forze della coalizione. Rimarremmo invece davvero sconcertati se ancora una volta, passata la fase elettorale, alcuni maggiori di partito si mettesero di nuovo di traverso (come accaduto per le elezioni europee a proposito del nostro ingresso nella Lista unitaria), ponendo ancora una volta veti e pregiudizi dimenticando l'apporto elettorale che l'Italia dei Valori ha dato alla vittoria della coalizione speciale nelle elezioni amministrative. Che poi questa necessità di "Unione" debba tradursi in una Federazione tra tutti i partiti del centrosinistra o in un qualcosa di diverso poco importa e ci rimettiamo alla volontà della coalizione. A noi sembra piuttosto che la vera necessità sia quella di avviare al più presto la costruzione di una coalizione programmatica forte e credibile. Per questo ribadiamo il nostro invito ai leaders degli altri partiti - ed a Romano Prodi in primis - di farsi carico di convocare quanto prima i rappresentanti di tutti i partiti - Italia dei Valori compresa - per avviare una seria discussione programmatica al fine di arrivare al più presto ad un documento condiviso di "cose da fare", unico collante per attrarre l'elettorato (specie quello sfiduciato). In questo modo alle prossime elezioni regionali e politiche sicuramente potremo ottenere un risultato migliore rispetto a quello delle Europee, che - riconosciamolo - non è stato del tutto esaltante, né per noi dell'Italia dei Valori né per la Lista "Uniti per l'Uli-

vo, giacché gli elettori che tre anni fa avevano votato Berlusconi e che oggi hanno voluto manifestare la loro delusione verso il suo Governo non hanno dato la preferenza al centrosinistra ma hanno spalato le loro preferenze all'interno degli altri partiti del centrodestra. Cosa non ha funzionato allora? Evidentemente l'aver voluto unire forze politiche eterogenee ed esperienze personali diverse e diversificate non è stato ben recepito ed accettato dall'elettorato (che non si è sommato come speravamo). Così è successo per gli amici di "Uniti per l'Ulivo" (che aspiravano a superare la soglia del 33% delle passate elezioni ed invece si sono ritrovati due punti sotto) ed anche per noi dell'Italia dei Valori che ci siamo presentati con il simbolo composito della "Società civile - Lista Di Pietro - Occhetto", proprio con lo scopo di catalizzare un significativo numero di elettori ed invece abbiamo ottenuto un risultato che, seppure apprezzabile (ed indispensabile per la coalizione di centrosinistra se vuole vincere la prossima volta) è

pur sempre risultato al di sotto delle aspettative. Per noi dell'Italia dei Valori credo sia stato un errore l'aver accentuato la copertura elettorale solo a sinistra dello schieramento dell'Ulivo, lasciando troppo scoperta l'area moderata dei nostri elettori e soprattutto quella degli "astensionisti". Sia chiaro, con questo non voglio dire che ora dobbiamo abbandonare la "via sinistra". Ci mancherebbe altro! Le speranze per i cittadini di costruire un futuro migliore stanno nelle politiche sociali della sinistra progressista e nelle tradizioni culturali e di buon governo della esperienza socialista e della tradizione popolare e non nelle politiche liberiste dei governi di centrodestra, grazie alle quali solo pochi fortunati stanno bene mentre la massa dei cittadini si scopre ogni giorno più povera e più indifesa. È innegabile, però, che "troppe" formazioni politiche hanno "marcato" lo stesso territorio politico - la sinistra, appunto - sicché alla fine c'è stata una specie di "congestione" di partiti che volevano lo sguardo ver-

so un "solo" elettorale. Conseguentemente ognuno ha dovuto ridimensionare le proprie pretese, giacché dal punto di vista numerico (e solo numerico, beninteso!) il "voto di sinistra" è quello che è e non si può pensare di poterlo incrementare più di tanto. Viceversa è rimasto troppo scoperto il riferimento politico culturale dell'elettorato moderato, di quello cattolico e soprattutto, come dicevo, del vasto mondo degli "astensionisti" (che è poi il "partito" che va sempre più per la maggiore). Premesso che, per noi dell'Italia dei Valori tutto deve ripartire da un rinnovato impegno a favore della coalizione del centrosinistra "senza se e senza ma", per il futuro vogliamo e dobbiamo però evitare di appuntare la nostra attenzione solo su una forsennata "concorrenza interna alla sinistra", per rubarci a vicenda briciole di elettorato. Dobbiamo impegnarci per cercare di convincere ad avvicinarsi a noi anche "l'altro elettorato" (certo quello insoddisfatto delle alchimie del centrosinistra ma anche quello tendenzialmente di centrodestra ormai stufo dell'esperienza berlusconiana e quindi disponibile a trasferire il proprio voto a favore di un partito di centrosinistra non ingabbiato nella sola ideologia). Vogliamo rivolgerci a "tutti" gli elettori attenti al rilancio delle problematiche sociali e della legalità da noi propuginate. Vogliamo poi conquistare la fiducia dell'elettore che non va o non vuole più andare a votare, stufo di

esser preso in giro dalle bugie del nostro Presidente del Consiglio. Solo così sarà possibile aumentare in termini assoluti e percentuali sia il consenso a favore dell'Italia dei Valori che dell'intero arco del centrosinistra giacché, così facendo, il nostro successo andrà a sommarsi e non a dividersi con gli altri partiti della coalizione. È per questa ragione che noi dell'Italia dei Valori ripartiremo con la forza dell'esperienza positiva coinvolgente ed istruttiva che abbiamo avuto con molti esponenti della Società Civile, dei Movimenti e dei Girotondi, a partire da Achille Occhetto e dagli altri compagni del suo gruppo. Certo il tutto dovrà avvenire in modo diverso da quel "tutt'uno indistinto" quale poteva essere valutato la Lista Di Pietro-Occhetto proposta per le elezioni europee. Con questi amici e compagni vogliamo continuare a dialogare con serenità e rinnovato impegno partendo da un patto di collaborazione e scambi politici e culturali sulla base di un reciproco rispetto ma anche di una distinzione di ruoli e di compiti. A loro ruolo di contribuire alla ricostruzione di quell'area "a sinistra del centrosinistra" tanto invocata da Occhetto all'indomani della paventata nascita del partito riformista (di cui la lista Uniti per l'Ulivo rappresenterebbe la forma antesignana), a noi quello di ricompattare attorno al nostro partito la fiducia di tutti quegli elettori - non solo ma anche di sinistra - che, come noi ritengono che la questione morale, la legalità, la pace e la difesa delle fasce sociali più deboli siano impegni indefettibili da portare avanti per una "buona politica" nell'interesse della collettività.

presidente Italia dei Valori
segreteria@italiadeivalori.it

SAGOME di Fulvio Abbate

L'OVVIA VERONICA E L'INGENUA SINISTRA

La scoperta dell'esistenza di un libro-intervista-biografia-confessione-verità vera e definita nel quale Veronica Lario Berlusconi si racconta spassionatamente a Maria Latella, mi ha risvegliato una vecchia fissazione riguardo all'ingenuità di molte persone di sinistra, uomini e donne indistintamente. Facciamo subito macchina indietro: torniamo al tempo delle spassionate manifestazioni contro il governo della Casa delle Libertà, più o meno due anni fa. In quei giorni, in mezzo ai cortei, non era raro scorgere cartelli incoraggianti, se ispirati a complice simpatia, verso la signora Lario. Concepita quasi come una "quinta colonna" comunista nella casa di Arcore o nella villa fortificata in Sardegna. Com'è noto, Berlusconi aveva da poco fatto la sua bella battuta pubblica a proposito di un'eventuale relazione fra Massimo Cacciari e la signora Veronica, e intanto, prendendo spunto da quel fatto, un bel pezzo di ingenuo popolo di sinistra, galateo alla mano, ci ragionava sopra. In che modo? Proveremo qui a ricostruire i discorsi

di quel sensibilissimo pezzo di mondo: ma figurati se Veronica sta ancora con suo marito, ma io ci metto la mano sul fuoco che lei non lo vuole vedere più neanche in cartolina, ma certo che sono separati, lei fa la sua vita e non ne vuole sapere nulla di quello, lei è una donna intelligente, ma figurati se a Veronica gliene importa nulla di quello... C'era perfino chi si spingeva oltre scrivendo direttamente sui cartelli "Veronica lascialo", "Veronica non ti merita", "Brava Veronica", o giù di lì. Scrivevano queste cose, e sentivano d'aver capito tutto. Suppongo che per queste stesse persone sarà un duro colpo scoprire che la signora Berlusconi si è ben guardata dal dissociarsi dalle imprese del suo uomo. Anzi, come ha ben osservato Lidia Ravera su queste stesse pagine pochi giorni addietro dopo aver affrontato la lettura del libro, ne ha sposato fino in fondo perfino gli stati d'animo, perfino i più improbabili. Ed è giusto così. Da una moglie responsabile, è davvero il minimo ricevere una difesa a oltranza. In questo modo recita un vecchio e inaffondabile luogo comu-

ne nazional-popolare. E non mi pare che certa sinistra abbia mai pensato di mettere in discussione l'assioma. O no? Immagino dunque come ci saranno rimasti male, molto male, gli ingenui e le ingenuie di sinistra ad apprendere che la loro fiducia era assai mal riposta. Sto parlando delle stesse persone che, una decina di anni fa, provarono sdegno e immaginarono quasi una protesta di piazza quando seppero dai giornali che una ditta di rossetti aveva interrotto il contratto pubblicitario per "sopraggiunti limiti di età" a Isabella Rossellini. E vogliamo parlare del caso Ombretta Colli? Adesso che non è più presidente di niente, tutto bene. Ma io mi chiedo: come mai il garbo e il senso della buona educazione per lungo tempo ha impedito a molti di pronunciare ad alta voce la seguente pubblica domanda: ma l'avrà votata anche suo marito Giorgio Gaber? Soltanto una sinistra perbene e piena di squisitezze non si fa sfiorare da questo genere di dubbi. Magari la stessa sinistra che immagina per il futuro come testimonial perfetto una merce rara come Carla Bruni, l'ex modella, adesso cantante raffinata, inavvicinabile, una vera signora, una dea. Quasi come Veronica. f.abbate@tiscali.it

Maramotti



segue dalla prima

La pubblicità è l'anima della scuola

Il problema fu, più di dieci anni fa, come penetrare in quel mondo. La Klein analizzava le strategie attraverso le quali è stato possibile negli Stati Uniti realizzare un business di incalcolabili proporzioni: affinando tecniche seduttive nei confronti dei giovani, insinuandosi nelle mense scolastiche, promuovendo una giornata dedicata ad una delle due più famose bibite gassate, convogliando pubblicità attraverso cartoni animati, concorsi, premi annuali. Alla base dell'operazione stava un'impropria equazione tra accesso delle aziende a scuola e apertura alle moderne tecnologie: negli anni Novanta, quando le scuole - soprattutto quelle pubbliche - si trovarono ad affrontare drammatici tagli di bilancio, i costi per fornire un'educazione moderna avanzavano in modo esponenziale e diventava dunque naturale per gli istituti cercare ed accettare fonti di finanziamento alternative. D'altro canto i genitori hanno ritenuto che un computer in più nella scuola valesse bene un an-

nuncio pubblicitario, che comunque i figli avrebbero visto sulla metro, sul giornale, in Tv. I comitati studenteschi erano impegnati a combattere contro le alte rette universitarie o a difendere altri diritti civili come l'individuazione di sanzioni rigide contro le molestie sessuali a scuola. E gli insegnanti e gli intellettuali americani, preoccupati per la propria presa di coscienza postmoderna, erano per lo più indisponibili a partecipare a discussioni politiche, che avevano come obiettivo l'affermazione della superiorità di un modello di apprendimento pubblico rispetto ad un altro, aziendale. E così gli studenti americani sono diventati vere e proprie "cavie da marketing". Ricordo di aver pensato, al termine della lettura di una descrizione tanto cupa e allarmante, che la situazione delle scuole italiane - almeno da questo punto di vista - era decisamente diversa e che difficilmente ci saremmo trovati a fare i conti con questo tipo di problematiche. Ma sbagliavo. Il giorno delle consegne delle schede presso la scuola elementare che mio figlio frequenta i genitori hanno trovato, sulla cattedra di ogni classe, una pila di opuscoli colorati: «Le avventure di Ronald McDonald e dei suoi amici, n. 4». Tra parentesi: dove sono finiti, o meglio, quando sono stati distribuiti i precedenti tre numeri? Fumetti che raccontano la storia di un torneo calcistico giocato da Ronald e dai suoi compagni di squadra sulle cui maglie spicca, inconfondibile, il logo del-

la famosa catena fast food. Nel fumetto vengono descritte le fasi del torneo: al termine di ciascuna, il lettore viene chiamato a risolvere un gioco. Ad esempio: riesci a trovare sugli spalti del pubblico almeno otto di queste bandierine? Inutile dire che si tratta delle note bandierine rosse con la M gialla. Alla fine del torneo Ronald e i suoi amici vincono una coppa (marchiata naturalmente con l'implicabile M) e una merenda. Credo sia inutile sottolineare che non si tratta di pane e marmellata. Durante l'anno scolastico i bambini - cui la scuola delle "tre i" propone mirabili varianti alle materie tradizionali - hanno svolto alcune lezioni sull'educazione all'igiene orale. Fin qui nulla di strano, a parte l'ovvia considerazione che non si capisce per quale motivo delle insegnanti di scuola elementare dovrebbero avere maggiori competenze dei genitori (o, addirittura, del pediatra di famiglia) per insegnare ai bambini a lavare i denti dopo i pasti, a non mangiare troppi cibi dolci, ad usare il filo. Mentre molte ne hanno per parlare loro della storia, per farli appassionare alla matematica, per insegnargli a comprendere un testo. Ma questi sono, ahimè, argomenti ormai obsoleti. In quel periodo i bambini sono stati letteralmente bombardati da materiale patinato inviato da una delle più potenti multinazionali che produce dentifrici; hanno partecipato al loro bel concorso; hanno colorato, attaccato, ritagliato. E hanno imparato a conoscere quel dentifricio, a chiederlo, ad

esaltarne le miracolose proprietà. Rileggendo la Klein, il primo passo che le multinazionali mossero nelle scuole americane, negli anni 30, furono proprio dei corsi di igiene orale. Due considerazioni. Viviamo in una società in cui è estremamente faticoso orientare criticamente il desiderio e il consumo dei più giovani, sottoposti ad un implacabile, perenne, gigantesco spot giorno dopo giorno. Sottrarli il più possibile alle lusinghe del mercato diventa una fatica ben più improba dello sforzo - pure titanico e ancora ostacolato, in alcuni casi - di non fargli frequentare l'ora di religione o il catechismo, affinché scelgano, criticamente, quando saranno grandi. Quotidianamente alcuni genitori preferiscono l'impopolarità di un no contro il comodo adeguamento ai modelli consacrati. Sono genitori che non si stancano di parlare con i propri figli, di spiegare loro, di fortificarli contro desideri che li attirano fatalmente e che sono tanto più forti perché quella cosa «ce l'hanno tutti, la fanno tutti». Cercare di essere diversi è uno sforzo che costa fatica e che i figli comprendono con difficoltà; perché li pone precocemente a contatto con l'altra faccia della medaglia, con ciò che c'è dietro, sfruttamento, consumismo, profitto, manipolazione delle menti. E che è meno gioioso e immediato dell'hamburger consumato con gli amici, del peluche morbido (ma fatto da mani piccole), della bibita dissetante. Sono gli stessi genitori che hanno affidato i propri figli alla scuola pubbli-

ca individuando in essa, anche, uno spazio privo di pubblicità, lo spazio pubblico e della responsabilità collettiva. Uno spazio, forse l'unico, in cui l'educazione pura deve e può prevalere rispetto all'educazione aziendale, alla logica del profitto. Dove conoscere e crescere non significa diventare un consumatore modello, ma una persona capace di indagini critiche sulla realtà. La tendenza a consentire l'introduzione della pubblicità nelle scuole è qualcosa che si concretizza in tante piccole decisioni, senza un provvedimento unico, senza delibere collegiali, senza dibattito, senza indagini sull'opinione pubblica; e dunque in modo subdolo, strisciante ma, come ci dimostra l'esperienza americana, efficace. I segni ci sono e sono allarmanti: sta alla vigilanza di ciascuno di noi bloccarli in tempo per non farli degenerare. Sta all'opposizione, che almeno in teoria ne ha la forza e gli strumenti politici, culturali e morali, sviluppare un dibattito ed elaborare una proposta concreta per regolamentare e - a mio avviso - proibire del tutto l'accesso degli sponsor nella scuola pubblica. L'autonomia scolastica, che nelle mani del centro-destra rischia di rivelarsi un boomerang pericoloso, può offrire - e ha già offerto - pericolosi spazi per la diffusione di questa tendenza. Che non dobbiamo sottovalutare. Se non vogliamo, come ci ammonisce la Klein, subordinare la libertà dei nostri figli alla loro capacità di usare un computer.

Marina Boscaio

cara unità...

Dieci anni di terrore e tante strane connivenze

Giovanna Maggiani Chelli

Gentile prof. Nicola Tranfaglia, leggendo l'intera pagina che l'Unità dedica ad un'anticipazione della Sua analisi su questi ultimi dieci anni di vita del nostro Paese, noi i familiari delle vittime delle stragi del 1993, troviamo le conferme a molte delle nostre angosce di vita. Undici anni fa in via dei Georgofili a Firenze si è consumato un infame delitto, sul quale la legge ha potuto soffermarsi solo "un attimo", giusto il tempo di affidare alla giustizia coloro che furono "fatti ritrovare con la pistola in mano". Troviamo nella Sua analisi che riteniamo giusta, conferme la dove si leggono espressioni come: "In certi casi addirittura di vera e propria connivenza, con l'avversario che hanno contrassegnato l'ultimo quindicennio della politica italiana". In tanti altri passaggi del Suo scritto, troviamo ben espresse situazioni che spesso anche noi abbiamo denunciato attraverso le nostre "grida" raramente ascoltate.

Noi abbiamo già provato la paura, il terrore, l'angoscia della caduta della democrazia, ci siamo ancora leccando ferite che non saranno mai sanate e ci auguriamo davvero che voci come la Sua siano ampiamente ascoltate. Per il bene dei nostri figli, dei figli di tutti, va detta il più presto possibile quella verità tutta racchiusa nella notte del 27 Maggio 1993.

Le mani della camorra sulle centrali...e sul voto

Comitato ambientalista "No alla centrale" Pignataro Maggiore (CE)

Caro direttore, da Calvi Risorta, in Provincia di Caserta, arriva una significativa conferma della denuncia fatta da autorevoli esponenti della Commissione parlamentare antimafia (Giuseppe Lumia, dei Ds) in merito all'interessamento della camorra al grande affare della costruzione delle centrali termoelettriche. Alle elezioni comunali, si sono affrontate tre liste civiche, una delle quali si era particolarmente caratterizzata per la decisa opposizione al progetto di una centrale termoelettrica nel confinante territorio del Comune di Sparanise. La lista anti-centrale non è riuscita a farla la campagna elettorale, a seguito dell'azione intimidatoria di un forte insediamento del "clan dei casalesi" operante proprio a Sparanise: presenza assillante di boss e

gregari finanche davanti ai seggi, minacce di morte, attentati dinamitardi con bombe carta, danneggiamenti di autovetture, candidati che inspiegabilmente si ritiravano o non uscivano più di casa. E ciò mentre l'azione di contrasto delle Istituzioni era uguale a zero e i corrispondenti dei quotidiani locali o si autocensuravano o venivano censurati.

Milano ha insegnato: programma chiaro e unità

Raimondo Elli

La bella vittoria del centrosinistra a Milano ci fornisce l'opportunità per una importante riflessione, in tre punti: 1) Vincere si può, anche nel "cuore dell'impero", se lo si vuole davvero e si opera coerentemente per realizzare quell'ampia coalizione di centro-sinistra che consente di offrire all'elettorato una scelta chiara sin dall'inizio. L'alleanza 'da Mastella a Bertinotti' può e deve funzionare, e se si configura come una "forza tranquilla" (ricordiamoci di Mitterand!) attrae e non respinge il voto dei cittadini, anche se comprende al suo interno partiti dichiaratamente "comunista" e "alternativi". 2) L'alleanza democratica si può e si deve fare, può vincere e può raccogliere i voti dell'elettorato, anche nelle aree socialmente e politicamente considerate sino ad ora patrimonio esclusivo della casa delle libertà (Sicilia, Milano, Veneto, ecc.) a partire da un programma concordato che

Le lettere (massimo 20 righe dattiloscritte) vanno indirizzate a **Cara Unità**, via Due Macelli 23/13, 00187 Roma o alla casella e-mail **lettere@unita.it**