

## PER LO SVILUPPO DI QUALITÀ

Il programma elettorale del PD afferma:

*“L'Italia punta alla riconquista di una posizione di primato nello sviluppo di qualità: più mobilità sociale, più spazio al merito e ai talenti, e meno chiusure corporative; più legalità e meno furbizia; più ricerca, scienza, innovazione tecnologica e meno divisioni e steccati ideologici; più fiducia nel futuro e in se stessi, meno paura del nuovo; più potere di decisione alla democrazia e meno poteri di veto”.*

Queste parole non possono essere definite nemmeno come sterile propaganda. Siamo alla fiera delle ovvietà.

Il programma elettorale del PD afferma:

*“In Italia, due-tremila imprese di medie dimensioni (ciascuna delle quali è al centro di una costellazione di decine, talvolta centinaia di imprese più piccole) si sono ristrutturate, hanno tirato la cinghia, hanno sofferto, hanno innovato prodotti e processi, si sono internazionalizzate; e ora si sono riproposte da leader dell'economia globale”.*

Oooh! ma come sono buoni e bravi, verrebbe da dire dopo aver letto queste parole che altro non sono che la fiera della banalità e la rassegna dell'ovvio, che dicono tutto per non dire nulla.

Da quando, Veltroni e i suoi seguaci, eredi di Prodi, si occupano di piccole e medie imprese, se non per saccheggiarle e spremerele? E' una clamorosa novità che puzza lontano un miglio di specchietto per le allodole, di boutade elettorale per cercare di riportare all'ovile il voti di un ceto che è stato portato sull'orlo della rovina dai compagni di merende del simpatico Pinocchio.

Le imprese si sono ristrutturate, hanno sofferto, hanno tirato la cinghia afferma l'acuto Veltroni, ma potrebbe dire che hanno anche chiuso l'attività, grazie alla classe politica che oggi si nasconde dietro la facciata apparentemente vergine del PD.

Le imprese si sono internazionalizzate, bella parola, ma non è chiaro se si intende dire che si sono delocalizzate all'estero per sfuggire alla morsa fiscale assassina o, ancora meglio, se siano state sostituite dall'imprenditorialità cinese che, libera da vincoli di tutela dei lavoratori e di controlli di qualunque genere, si sta insediando prepotentemente nel nostro tessuto produttivo.

Il programma elettorale del PD afferma:

*“In Italia ci sono stati recentemente tre milioni e mezzo di cittadini che si sono messi in fila per far nascere il PD”.*

Leggendo questa frase si resta a dir poco stupiti. Per la semplice ragione che, nel paragrafo che precede questa frase, ci si rifà direttamente a quelle persone - per fortuna esistono - che al Sud stanno combattendo le mafie, anche denunciando alle forze dell'ordine le minacce subite per pagare il pizzo, accostare a queste qualità morali ed etiche i cittadini

(perché la vicinanza della frase non è casuale) che hanno votato nell'ottobre del 2007 alle "primarie" del PD, appare quantomeno forzoso e strumentale.

Inoltre, un partito come il PD che, in linea teorica, da come è nato e da come si pone nei confronti dell'elettorato, vorrebbe diventare un partito pigliatutto (*catch all party*, che sono quei partiti all'interno dei quali, ormai, il ruolo della ideologia e delle identità di classe, di censo, ecc. si è ridotto notevolmente), compie un vero e proprio errore nel rivolgersi - in questo passaggio - a quella massa di cittadini, già politicizzati, che ha dato vita alle "primarie" per incoronare Veltroni come leader indiscusso del centro-sinistra.

In sostanza, il PD si rivolge solo ed unicamente al suo elettorato, quando al contrario, con la presentazione di un programma elettorale e la sua divulgazione, bisognerebbe conquistare il consenso di chi non è ancora dalla tua parte. Questo passaggio risulta essere, quindi, solo ed unicamente comunicazione orizzontale e cioè quella comunicazione che lavora direttamente e unicamente sui cosiddetti pubblici di appartenenza che, in genere, comprendono gli elettori già "fidelizzati". Coincidono, quindi, con chi ha già deciso di votare per il tuo partito o lista, ovvero quell'insieme di elettori che nella comunicazione politica viene anche definito *zoccolo duro*.

Il programma elettorale del PD afferma:

*"Le potenzialità dunque ci sono, e sono grandi, dal Nord dell'eccellenza produttiva al Sud "naturale" piattaforma logistica nel Mediterraneo. [...]"*.

Ritorna, ed è una costante in questo Programma Elettorale del PD, l'idea del Sud visto come grande piattaforma, anche e soprattutto logistica, del Mediterraneo. In sostanza, si tratta di una vecchia idea, ripresa - né più né meno - dalle 281 pagine del Programma dell'Unione di Prodi. Che, come è evidente, aleggia sempre con la sua presenza sopra il lavoro del PD.

Il punto dirimente di questo passaggio è che, per far divenire, effettivamente, il Sud una piattaforma logistica nel Mediterraneo, è necessario intervenire per realizzare le opere viarie ed infrastrutturali necessarie al sistema economico e produttivo di quei territori. Solo che basta un semplice esempio per comprendere che queste sono solo parole vuote: l'emergenza rifiuti in Campania.

Marzo 2008