Venerdì, 07 Novembre 2008 16:28
Di Giuseppe A. Veltri

La vittoria di Obama in America è un evento storico che alimenterà innumerevoli analisi e riflessioni. Molte sono le ragioni che hanno portato Obama alla vittoria e lungi da me tentare di riassumerle in un mero post. Voglio invece soffermarmi su una lezione che Obama ha impartito soprattutto alla politica europea e mi verrebbe da dire alla politica italiana.
Il tutto ruota intorno a quel famoso 'Yes, We can'. Si potrà dibattere molto sui flussi elettorali che hanno permesso ad Obama di vincere i gruppi demografici chiave negli stati chiave, su come gli eventi esterni abbiano aiutato la sua campagna (la crisi economica), e cosi via.
Eppure, a mio avviso, la lezione principale è stata quella di ridare nobiltà alla capacità di un candidato e di un gruppo di persone con forti motivazioni di fare una campagna elettorale determinata, intelligente e semplicemente perfetta.
Obama non ha iniziato la campagna elettorale come favorito, se avesse dovuto dare ascolto ai sondaggi, non vi era alcuna possibilità di vincere le primarie contro Hilary. I sondaggi sono efficaci foto statiche di un universo molto dinamico come l'opinione pubblica e questo è particolarmente vero nelle democrazie dove il voto d'opinione rappresenta la stragrande maggioranza.
Obama ed il suo staff hanno creduto nella possibilità di cambiare l'opinione che gli elettori americani avevano del Paese e della sua candidatura. **Ha capito che tutto questo poteva essere fatto soltanto appellandosi ad un politica 'alta' capace di suscitare speranza**.
'Hope' appunto e 'Change' le due parole chiavi della campagna di Obama.
La campagna di Obama ha scoperto la forza di Internet delle sue 'virtual crowds', raccogliendo fondi, organizzando una sinergia tra online ed offline mai vista sinora, utilizzando una sagace combinazione di nuove tecnologie e vecchie tecniche di propaganda.
Tutti questi strumenti sarebbero stati però vani se non fossero stati amplificati dalla capacità di Obama e del suo staff di far diventare alcune interpretazioni di problemi sociali ed economici come le interpretazioni di buon senso e quindi a disposizione di tutti.
La grande lezione di Obama verso gli altri partiti democratici e progressisti del resto del mondo è che non bisogna per forza assecondare i sondaggi, l'opinione pubblica è aperta al cambiare opinione quando si presenta un appassionato difensore di un punto di vista, di una visione politica e sociale.

Phoca PDF

Certo, altri elementi entrano i gioco, l'abilità mediatica del candidato, la sua storia personale ecc.
Eppure questi elementi 'carismatici' sono un qualcosa che si aggiunge ad una visione politica chiara e portata avanti con passione. Alla capacità di movimentare intorno ad un progetto, al suscitare speranza e coinvolgimento. **Senza tutto ciò la politica diventa un meschino esercizio di pragmatismo.**
La mia personale speranza è che anche i politici meno ispirati, ad esempio, quelli italiani possano trarre insegnamento da questo momento di alta politica. Possano imparare ad avere coraggio e passione per tentare di convincere con determinazione il paese in cui vivono della bontà di alcuni fondamentali valori e non semplicemente inseguire il volatile orientamento dell'opinione pubblica in quel dato momento.
Mi piacerebbe che imparassero a richiare ed assumersi al 100% le proprie responsabilità come un McCain sconfitto che dice 'È stata colpa mia' e lascia spazio al prossimo candidato repubblicano.
Guardiamo all'America oggi ed abbiamo ancora un altra lezione da imparare.

Pubblicato con il titolo "La lezione del 'Yes, we can'" sul blog www.giuseppeveltri.it

Phoca PDF