

La posta di Carlo Silini

Politica, i giganti di ieri e i nani di oggi



Scrivere a
lettere@cdt.ch

Tempo fa il Corriere del Ticino aveva ospitato una mia lettera intitolata «Cercasi leader disperatamente». Adesso leggo che due altri «diversamente giovani» come Renzo Galfetti e Peter Rossi ricordano - l'uno a livello federale, l'altro sul piano comunale - tempi segnati da personalità politiche di spessore; personalità di cui oggi si avverte la mancanza. Certo, bisogna stare attenti ed evitare che l'autorevolezza diventi autoritarismo, ma è un'attenzione che si eserciterebbe volentieri pur di evitare la liquidità che caratterizza alcuni dei politici di oggi. Che fare perché la classe politica torni ad avere la credibilità che sembra un po' perduta? Da quando ero giovane il mondo è parecchio cambiato e indietro non si può comunque tornare ma, per favore, usciamo da questi tempi nei quali non smettiamo di chiederci chi tiene la barra del timone e indica la rotta senza mai trovare risposta. Forse perché chi fa politica ha un'eccessiva esposizione mediatica?

Pierenrico Tagliabue
Breganzona

Caro Pierenrico Tagliabue, chissà se i politici di oggi sono peggiori di quelli di ieri, se davvero è esistito un tempo in cui pullulavano i giganti della cosa pubblica mentre oggi ci sono solo dei nani. Cominciamo col dire che, dai più esigui Consigli comunali fino ai maggiori Parlamenti e Governi mondiali, è più facile governare in tempi di vacche

grasse che in epoca di carestia (o di pandemia). Eppure, è proprio nei momenti storici più difficili, per esempio in tempo di guerra, che si stagliano gli statisti migliori. Diamo tempo al tempo e vedremo se dalla crisi del coronavirus emergeranno profili se non proprio memorabili, almeno pregiati.

Certo, a giudicare dalla diffusa tendenza a tenere «comizi» di due righe via Twitter di fronte a problemi mastodontici, possono cadere le braccia. È vero: oggi la politica è liquida, scorre e non si ferma: a volte neppure nei cervelli di chi la pratica o di noi cittadini che vorremmo capirla. Ma non dobbiamo confondere le spregiudicate tecniche comunicative di leader e partiti e il teatrino delle sparate elettorali con la sostanza della politica «pura e dura» e dei dossier spinosi e rognosi che sono chiamati ad affrontare con scienza e coscienza. L'esposizione mediatica fa parte del gioco (che, naturalmente, può essere sporco o pulito, opaco o trasparente) e può infastidire, anche perché è dilatata dal sistema dei social. Proprio per questo non dobbiamo dimenticare che è difficile cogliere il vero spessore di una persona dalla sua immagine pubblica. Solo i risultati concreti possono dirci - a medio e lungo termine - se un politico è tutto fumo o c'è anche dell'arrostito. E se, con il suo impegno, onora davvero il significato etimologico della parola «autorità» che deriva dal latino *augere* e significa aumentare, accrescere, rendere grande, e in senso lato onorare, arricchire, esaltare la comunità che è chiamato a servire.

POLITICA

L'ipertrofica autopromozione elettorale

Sono vistose icone di personaggi politici incombenti ad ogni angolo delle nostre strade, quelle che da diversi anni appaiono in occasione delle campagne elettorali ed ora pure di quelle comunali. A queste gigantografie megalomaniache si accompagnano, riversati nelle nostre bucalette, i volantini autopromozionali dei rispettivi candidati. Se conoscere chi si vota è quasi doveroso in una democrazia responsabile, sarebbe tuttavia opportuno che ci si limitasse ai dépliant o alle pubblicazioni che i gruppi politici spediscono alle abitazioni degli elettori. Si eviterebbero prevaricazioni che le disponibilità finanziarie personali di candidati e partiti tendono ad infliggere agli altri concorrenti e di riflesso agli elettori. Purtroppo fin negli angoli o in capo ai gomiti delle curve delle nostre più recondite valli, dove tutti peraltro si conoscono, appaiono in questo periodo più o meno fascinoso mega icone. Spesso sono veri e propri risibili calchi dei ritratti ufficiali alla Mao Zedong di storica memoria, o di più o meno dinamici attori. Paiono sottoprodotto di una pop art, inaugurata a suo tempo dall'ironia di Andy Warhol con il volto replicato di Marilyn e seguiti da svariati epigoni con quello di Monna Lisa. Questo tipo di promozione elettorale ipertrofica, fastidiosa, squilibrata, noiosa e purtroppo efficace è evidente spia della promozione e dell'affermarsi del «leaderismo» contemporaneo, innesto funesto e spina purulenta nella democrazia. Esso si manifesta ora pure nelle nostre elezioni comunali specialmente attraverso coloro che con il cumulo di mandati e funzioni cui aspirano si trovano ad essere una volta in carica giocoforza solo parzialmente operativi. Caricando così di lavoro i colleghi municipali residui, che da buoni arrampicatori hanno privato di un collaboratore altrettanto valido ed effettivamente performante. Che bisogno hanno di farsi conoscere in questo modo affliggente dei presenzialisti che già godono di un ampio eccesso di visibilità mediatica? Mi sembrano campagne che provocano un effetto controproducente persino su chi li stima per le loro qualità.

Romain Eggenschwiler
Sessa

LUGANO

La guerriglia urbana dei molinari

È impressionante come alcuni esponenti politici siano così arroganti e populisti, dimostrando di

cavalcare le banali considerazioni di destra usandole a loro favore, in una continua campagna elettorale per l'ottenimento di sempre più potere. Dovremmo difendere la democrazia, il pluralismo, i differenti punti di vista, le visioni anche contrastanti, come fonte di dibattito culturale e politico. Senza questa premessa, non c'è libertà né crescita culturale. Il continuo attacco al Centro sociale e la volontà di eliminare questa realtà dal panorama ticinese è un ulteriore evidente attacco alla democrazia. Alla manifestazione dell'8 marzo non c'erano solo molinari: c'erano persone che manifestavano per la giustizia, per la libertà, per l'equità, per il riconoscimento, per i diritti. Sono state accolte e provocate da una mandria di poliziotti in tenuta antisommossa.

E la colpa è del Centro sociale autogestito, che deve chiudere, per fare spazio ad un centro sociale gestito dal Municipio, dove circoleranno tanti soldi. Mettere alla gogna qualcuno per mostrare in modo semplicistico che il problema viene risolto è un sistema purtroppo efficace e spesso utilizzato, già da quando gli ebrei sacrificavano un caprone per espiare i propri peccati. Gli immigrati sono la causa della criminalità e della disoccupazione, le donne sono la causa delle molestie sessuali, gli zingari rubano, i musulmani sono terroristi e i molinari generano guerriglia urbana. La repressione c'è sempre stata e sempre ci sarà. Mi preoccupa però come la pandemia, che impone uno stato di emergenza a lungo termine, stia accelerando questo processo, e come la visione di una società democratica diventi sempre più un lontano miraggio.

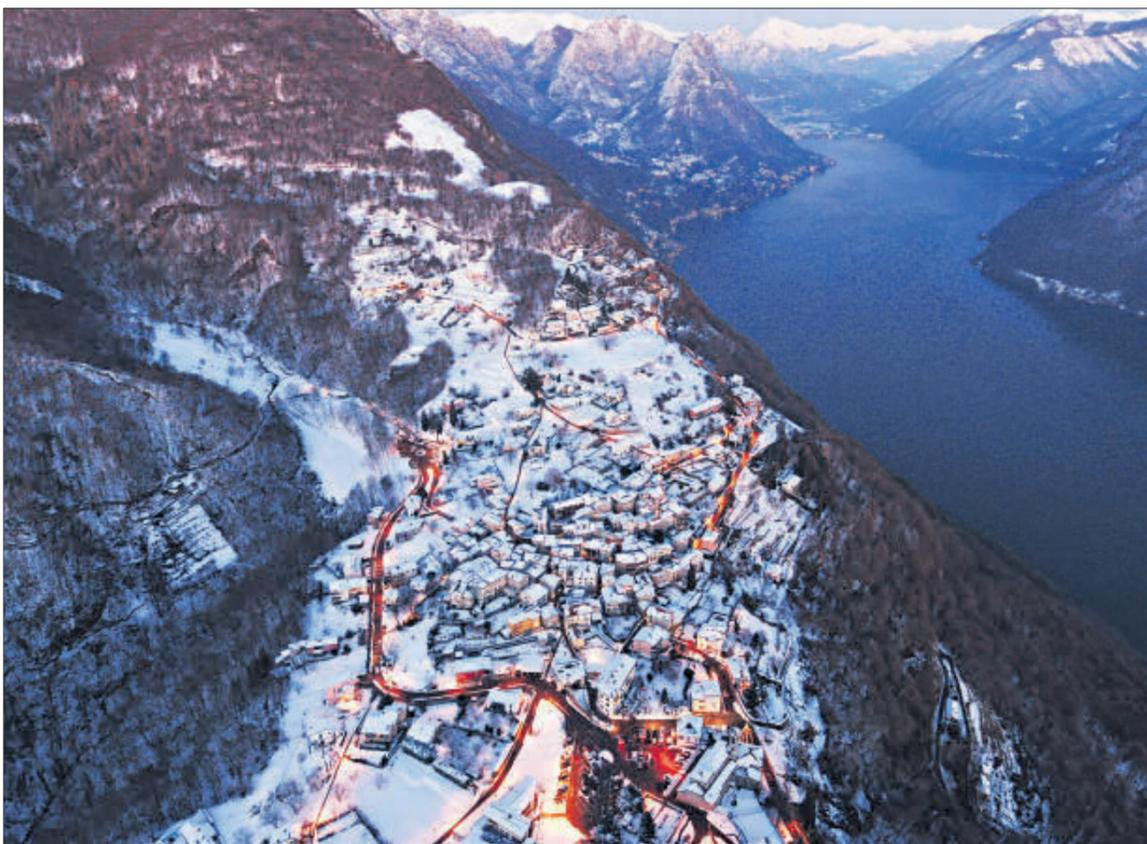
Daniele Lüthi
Losone

Le regole della rubrica

Le lettere sono prese in considerazione se corredate di nome, cognome, indirizzo dell'autore e di un numero di telefono che renda possibile il controllo da parte della redazione. La verifica di autenticità non costituisce garanzia di pubblicazione. Non vengono pubblicate lettere in forma anonima. Le lettere al giornale non dovrebbero superare le 2.500 battute, spazi compresi. Quelle per Carlo Silini, le 1.000 battute e devono recare la dicitura: «per la posta di Carlo Silini». La redazione si riserva il diritto di accorciare autonomamente testi troppo lunghi. E non garantisce la pubblicazione automatica delle lettere inviate al giornale e/o a Carlo Silini. Le lettere pubblicate non impegnano in alcun modo la linea editoriale del giornale.

E-mail (lettere e posta di Carlo Silini):
lettere@cdt.ch
E-mail (foto del lettore):
latuafoto@cdt.ch

LA FOTO DEI LETTORI



Arnoldo Bottani Il monte Brè con vista lago.

CORRIERE DEL TICINO

QUOTIDIANO INDIPENDENTE
DELLA SVIZZERA ITALIANA

Editore
Società editrice del Corriere del Ticino SA
via Industria, 6933 Muzzano

Direttore generale Gruppo CdT
Alessandro Colombi

Direzione, Redazione centrale
e Amministrazione via Industria,
6933 Muzzano, tel. 091.960.31.31
Recapito postale c.p. 620, 6903 Lugano
www.cdt.ch
cdt@cdt.ch

Direttore responsabile
Paride Pelli
Vicedirettori
Bruno Costantini e **Gianni Righinetti**

Caporedattore centrale
Paolo Galli

Caporedattori
Giovanni Galli Politica federale
John Robbiani Sottoceneri e giudiziaria
Alan Del Don Sopraceneri
Flavio Viglezio Sport
Mauro Rossi Cultura & Società
Carlo Silini Posta dei lettori e CorrierePiù
Marcello Pelizzari cdt.ch

Prisca Dindo Direttrice Viaggi e Lifestyle

Redazioni Sottoceneri
Luganese
Quartiere Maghetti, 6900 Lugano
lugano@cdt.ch
tel. 091.921.36.81/82
fax 091.922.75.24

Mendrisiotto
via Gian Alfonso Oldelli 1, 6850 Mendrisio
mendrisiotto@cdt.ch
tel. 091.682.58.32/33/34
fax 091.682.58.86

Redazioni Sopraceneri
Bellinzonese e Valli
piazza Collegiata 7, 6500 Bellinzona
bellinzona@cdt.ch
tel. 091.825.15.25 - 091.826.15.20/21
fax 091.825.15.27

Locarnese e Valli
via Luini 19, 6600 Locarno
locarno@cdt.ch
tel. 091.751.12.24 - fax 091.752.17.89

Ticino & Svizzera cantone@cdt.ch,
Mondo & Economia estero@cdt.ch
economia@cdt.ch
[Sport sport@cdt.ch](mailto:sport@cdt.ch)
[Cultura & Società spettacoli@cdt.ch](mailto:Cultura&Societa@cdt.ch)
[Lettere lettere@cdt.ch](mailto:Lettere@cdt.ch)

Stampa Centro Stampa Ticino SA
6933 Muzzano, tel. 091.960.33.83
Direttore **Stefano Soldati**



Telefono 091.960.31.31
Servizio Clienti 091.960.31.13,
servizioclienti@cdt.ch
consulenti di vendita
079.279.63.45 / 079.697.46.77

ANNUNCI E PUBBLICITÀ
MediaTI Marketing SA
Via Cantonale 36, 6928 Manno
www.mediatimarketing.ch
Tel. 091.960.34.34, Fax 091.960.34.35
annunci@mediatimarketing.ch

ANNUNCI FUNEARI
Dal lunedì al venerdì 8.30-12.00 e 13.30-17.00. Tel. 091.960.34.34, Fax 091.960.31.51
funebri@mediatimarketing.ch
Fuori orario, domenica e festivi 17.00-20.30
Tel. 091.960.32.07, Fax 091.930.31.51
E-mail: funebri@mediatimarketing.ch

PREZZI
ABBONAMENTO
Svizzera
annuale Fr. 395.-
annuale un giorno alla settimana,
venerdì con AGENDASETTE Fr. 165.-
Estero (paesi europei gruppo APTT)
annuale Fr. 800.-
Digitale annuale Fr. 275.-

VARIE
Edizione singola Fr. 2,90
con AGENDASETTE Fr. 3,90
Numeri arretrati Fr. 3,90

Cambiamenti d'indirizzo
in Svizzera Fr. 5.-
all'estero (a settimana) Fr. 10.-
Prezzo di vendita in Italia € 2,90 / 3,90 (venerdì)