

Mario Albertini

Tutti gli scritti

VII. 1976-1978

a cura di Nicoletta Mosconi

Società editrice il Mulino

Proposta della campagna «Un milione di adesioni per l'Europa»

Per esaminare il problema della mobilitazione del maggior numero possibile di cittadini si impongono, a mio parere, due considerazioni preliminari. La prima riguarda il modo dell'adesione, e le sue caratteristiche politiche. A seconda del tipo di adesione che si adotta, il numero delle adesioni cambia. Va dunque prestata molta attenzione alla ricerca del modo di adesione che consente di ottenere il maggior numero di aderenti.

La seconda considerazione riguarda le possibilità attuali di mobilitazione dei cittadini, che non devono essere valutate sul metro del passato, perché con il voto europeo i cittadini passano da una situazione passiva ad una attiva rispetto all'Europa. L'Europa, come ogni altra comunità per la quale si vota, diventa, con l'elezione, qualcosa che riguarda direttamente e attivamente tutti i cittadini. Si può dunque pensare che molti cittadini siano disposti a fare qualcosa che sia effettivamente utile per ricavare dall'elezione, e dal primo Parlamento eletto, il massimo dei vantaggi politici ed economici.

È questa la disposizione da sfruttare per mobilitare i cittadini; e per sfruttarla al massimo bisogna che l'idea dei vantaggi sia immediatamente trasmessa dalla forma stessa dell'adesione (slogan sul numero delle adesioni da raggiungere e slogan della campagna). Nessuno dedica molto tempo alle idee ed ai propositi degli altri. Bisogna dunque far coincidere l'immagine dell'adesione, quella della campagna e quella dei vantaggi. Più la campagna e l'adesione rivelano da sole, alla prima impressione, con poche o nulle spiegazioni, il loro significato concreto, più il risultato sarà buono.

C'è un ulteriore elemento da prendere in considerazione. Con un grande numero di aderenti si potrebbe rendere in qualche modo attivo l'immenso potenziale costituito da tutti i cittadini fa-

vorevoli all'unità europea. Si tratta, in pratica, di rendere attivi – nella cerchia abituale della loro vita quotidiana di lavoro, di relazioni, ecc. – anche i cittadini che non aderiscono. E questo risultato può essere ottenuto con un numero di adesioni tale da impressionare giornalisti, partiti, esponenti delle forze sociali, culturali, ecc., perché a questo punto sarebbero gli stessi giornali – come le personalità con le loro dichiarazioni, ecc. – a stabilire un rapporto efficace tra il Movimento europeo, come rappresentante degli aderenti, e tutti i cittadini favorevoli, che finirebbero così col credere non solo alla necessità ma anche alla possibilità dell'Europa, dunque a occuparsene, a parlarne, ecc.

È questo il vero obiettivo da conseguire perché solo gettando nella lotta il peso dell'opinione pubblica il Movimento europeo può esercitare una pressione efficace sul Parlamento europeo, sugli esecutivi e sulle forze politiche e sociali, e quindi ottenere risultati concreti. Ciò equivale anche a dire che solo in questo modo si possono effettivamente mobilitare, grazie all'importanza dell'azione, tutte le forze della campagna: il Movimento europeo, le sue organizzazioni, i cittadini che aderiscono, i cittadini favorevoli all'unità europea.

Sulla base di queste considerazioni si può valutare l'entità del numero di adesioni necessaria. A mio parere questo numero non deve essere inferiore a un milione perché al di sotto di questa cifra non sarebbe possibile impressionare i giornali ecc., e far scattare il meccanismo di autoalimentazione e di diffusione della campagna. Va detto, d'altra parte, che solo con l'idea di un milione di aderenti, cioè con un obiettivo che garantisce la possibilità di risultati importanti, si può mettere in moto la campagna mobilitando le forze cui spetta il compito del lancio.

Detto ciò, si tratta di esaminare il modo di adesione, in vista del maggior numero possibile di adesioni. I criteri di scelta mi sembrano questi: a) non chiedere nulla di più di ciò che sia strettamente necessario, b) rendere subito evidente, già con la carta di adesione, lo scopo della mobilitazione, c) ridurre al minimo l'incompatibilità tra l'adesione alla campagna e le relazioni dei cittadini con qualunque altra organizzazione (anche per rendere più facile l'adesione di tutti i membri di un gruppo con una trattativa, ecc.), d) differenziare le quote, allo scopo di non impedire l'adesione di chi può spendere poco, degli avari, dei giovani, degli operai, ecc.

Da questi criteri discende, a mio parere, che bisognerebbe chiedere non l'adesione al Movimento europeo (l'adesione ad una organizzazione è troppo impegnativa per consentire grandi numeri), ma l'adesione ad una campagna del Movimento europeo che si proponga di rappresentare e far valere la posizione di tutti i cittadini che, indipendentemente dalle loro preferenze politiche, condividono l'idea della necessità di ottenere alcuni risultati prioritari con l'elezione europea e il primo Parlamento eletto. A mio parere dovrebbe trattarsi per un verso della moneta europea (come elemento, e segno tangibile, della costruzione dell'Europa), e per l'altro di una strategia europea dell'occupazione, dell'inflazione e della riconversione industriale.

Questi scopi dovrebbero essere gli obiettivi della campagna, e dovrebbero figurare nella carta stessa di adesione sia per dare un carattere di scelta politica e democratica all'adesione, sia per rendere subito evidente, al primo colpo d'occhio, lo scopo della campagna. A questo riguardo va anche osservato che una cosa è far sapere che ci sono (che si cerca di raggiungere, ecc.) un milione di aderenti per l'Europa, e un'altra cosa far sapere che ci sono un milione di persone (di elettori della seconda elezione, ecc.) che ritengono che il primo Parlamento eletto debba affrontare i problemi della moneta europea e di una strategia europea dell'occupazione, dell'inflazione e della riconversione industriale. Va inoltre osservato, circa l'adesione alla campagna del Movimento piuttosto che al Movimento, che in questo modo si evita il problema molto difficile del rinnovo annuale dell'adesione, e che si possono invece sommare tutte le adesioni ricevute nell'arco di tempo di validità della campagna.

Ci sono altri dispositivi da studiare. Per differenziare le quote, si potrebbero usare carte di diverso colore. Per riconoscere il lavoro delle organizzazioni che raccolgono le adesioni, si potrebbe associare alla titolazione «Campagna del Movimento europeo» la dizione «Carta rilasciata da...». Ma ciò che importa di più, in questa fase di studio, è una valutazione politica del programma e del ruolo che può avere il Movimento europeo.

Circa il programma osservo che nella prospettiva europea che si è imposta – quella del gradualismo – si tratta effettivamente di procedere sulla via dell'Unione economico-monetaria affrontando i maggiori problemi economici di oggi. E va aggiunto, anche se spesso è ancora necessario tacerlo, che con il diritto di

voto europeo il gradualismo ha raggiunto il livello costituzionale, e che la moneta, dopo il voto, rappresenta proprio il secondo passo su questa via (senza del quale, d'altra parte, sarebbe impossibile pensare a una effettiva capacità decisionale europea quando si tratta di questioni economiche fondamentali). Queste considerazioni mostrano, a mio parere, che gli obiettivi proposti per la campagna hanno, per il periodo di tempo definito dal primo Parlamento eletto, carattere permanente e insostituibile, nel senso che, se si avanza, si avanza solo su questa via.

Circa il ruolo del Movimento europeo, osservo che è la sola organizzazione che può veramente sfruttare un potenziale europeo altrimenti destinato a rimanere inutilizzato. Il potenziale è quello costituito dalle diffuse convinzioni europeistiche (i cittadini favorevoli all'unità europea), e dalla disponibilità a fare qualcosa per ottenere con l'elezione e il primo Parlamento eletto il risultato migliore possibile. Queste convinzioni e questa disponibilità sono comuni a persone di diverso orientamento politico, ma i partiti – ed entro certi limiti le stesse organizzazioni europeistiche con caratteri particolari – rappresentano, e fanno valere, ciò che differenzia, e non solo ciò che accomuna, i cittadini. È per questo che solo il Movimento europeo – che si occupa solo dell'unità europea senza spirito di parte – può utilizzare pienamente questo potenziale, che sarebbe certo estremamente utile allo scopo di rafforzare i primi elementi di effettiva vita politica europea che si manifesteranno con l'elezione europea, e perciò con il confronto europeo dei partiti, il rafforzamento della Comunità, ecc.

Uef, 285. Testo inviato a Georges Berthoin e, per conoscenza, ai membri del Bureau exécutif dell'Uef in data 30 maggio 1978.