

L'ultimo libro del giornalista Luciano Clerico

Obama e la nuova America

MANUELA BUSALLA

Chi è davvero il primo afro-americano della storia che il prossimo 20 gennaio si insiederà al potere nello studio ovale della Casa Bianca? E quali sono le ragioni che hanno portato gli Stati Uniti a eleggere un nero come loro presidente? Le risposte a questi e altri interrogativi sono in "Barack Obama. Come e perché l'America ha scelto un nero alla Casa Bianca" (Dedalo, 264 pagine, 15 euro), nuovo libro del giornalista Luciano Clerico, con prefazione di Ferruccio de Bortoli.

Corrispondente da Washington per l'Ansa, l'autore passa in rassegna i 21 mesi della campagna elettorale attraverso un'attenta analisi dello scenario che s'è andato delineando all'orizzonte. Fil rouge della sua disamina sono il ritratto di Obama e degli avversari, i discorsi politici che hanno scosso le coscienze, i duelli televisivi e tutto ciò che ha trasformato l'ex senatore di Chicago

nel quarantaquattresimo presidente americano.

Ma prima di arrivare alla già storica notte del 4 novembre scorso e alle ragioni della vittoria di Obama, Clerico ne tratteggia la figura - talvolta a contrariis - senza mai tralasciare i fatti di cronaca che sono stati sullo sfondo, il quadro politico in cui andavano a iscriversi, e i temi di più scottante qualità. In Barack Obama c'è molto altro ancora: le dinamiche del sistema elettorale americano, il senso delle convention, il valore dei dibattiti, e la dimensione familiare che, resa come in un romanzo, mette in luce la durezza adamantina del neoletto presidente. La nonna Madelyn, la moglie Michelle, le figlie Malia e Natasha sono le figure che contribuiscono a dare spessore all'uomo che viene visto come unicum. Proprio nella prefazione, infatti, Ferruccio De Bortoli scrive: "Obama ha cambiato la politica americana, ha testi-

moniato la capacità di rinnovamento della società, ma resta un unicum, e non solo nel colore della pelle. Un leader prodotto da una democrazia nella quale le differenze di classe sono profonde, ma dove la mobilità sociale è così elevata da attenuare il senso di ingiustizia che la crisi finanziaria ha disvelato nella sua quotidiana brutalità".

E nell'analisi di Clerico emerge proprio il concetto del cambiamento, così come le variabili storiche che l'hanno determinato: "Le ragioni di fondo della vittoria di Obama sono semplici e complesse nello stesso tempo... quel change che lui ha volutamente usato in campagna elettorale non è solo uno slogan, bensì la consapevolezza della necessità di dare nuove risposte a nuovi bisogni... ha semplicemente dato voce e volto a un sentimento diffuso... Obama ha vinto per la sua statura individuale e per la semplicità storica del suo mes-

saggio. Yes, we can! ha detto agli americani. E gli americani gli hanno creduto perché, in ultima istanza, hanno sentito riecheggiare in quel messaggio come un'eco lontana della propria identità... l'affermazione di Barack Obama chiude un cerchio rimasto aperto per oltre 200 anni".

Solo il tema della razza non è mai diventato uno dei pilastri della campagna presidenziale. Come lo sono stati invece l'economia, l'Istruzione e l'Iraq, per citarne alcuni. Perché Obama non ha mai strumentalizzato la questione "razza". Infatti nel discorso pronunciato dopo la sua vittoria dirà: "In questo Paese, cadiamo e ci rialziamo come un'unica nazione, come un unico popolo... Questo è il nostro momento, la nostra epoca... per rivendicare il sogno americano e riaffermare la verità che sta al suo fondamento: per quanti possiamo essere, siamo un tutt'uno e finché avremo vita avremo speranza".

