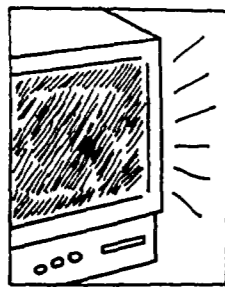


La tv occupata



Dopo il vertice con la Commissione di vigilanza i direttori dei tg e dei giornali radio smentiscono di voler imbavagliare il presidente: «Ma staremo più attenti» Polemiche per il mancato invito a Manca e Birzoli

«Abbassiamo il volume a Cossiga»

E la Rai promette «diritto di replica» ai suoi nemici

Come «arginare» Cossiga durante la campagna elettorale? Una legge gli garantisce spazi in tv. Ma i direttori dei giornali radio e tv della Rai, per mantenere un equilibrio nell'informazione politica, si pongono il problema del «diritto di replica»: «Daremo la parola a quanti verranno chiamati in causa dal capo dello Stato». Sulla riunione a San Macuto però c'è polemica: perché non è stato invitato anche Manca?

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Il bavaglio no. Ma la radio e la tv abbassano l'audio al presidente Cossiga... E, soprattutto, se debbono riferire delle esternazioni, vogliono d'ora in poi poter applicare il «diritto di replica». I direttori delle testate Rai (o almeno quasi tutti) di fronte alla campagna elettorale hanno un problema in più: alle tribune politiche che - come le definisce il direttore del Tg1 Bruno Vespa - «sono un rosario infinito al di fuori del tempo, un regalo alla concorrenza», devono aggiungere le «tribune» a sorpresa del Presidente. Grazie all'articolo 22 della legge di riforma della Rai, infatti, Cossiga oltre alle notizie di già pubblicate in tv pubblica spazi obbligatori (e più volte ha già convocato i direttori delle testate giornalistiche, più volte ha telefonato e «spirato» il Grl e il Gr2) per i suoi interventi. Ma le esternazioni del Presidente in periodo elettorale rischiano di creare squilibri politici maggiori di quelli che ha creato fino a questo momento.

«È una ipocrisia collettiva: si scopre solo adesso il problema - tuona il segretario del sindacato giornalisti Rai, Giuseppe Giulietti - Questa alterazione delle regole affonda in tempi precedenti: un problema che non si è voluto affrontare e risolvere. Così come quello del ruolo e dei doveri della tv commerciale. Quando è stata discussa la legge sull'emittenza si è sorvolato su questo tema, si è lasciato il problema volontariamente sospeso». Ed è un nodo che non va giù al Tg1: «Il pubblico, grazie a Dio, ormai non si fa più imporre niente: neppure le tribune elettorali - dice Vespa - E il problema Cossiga è ancora più delicato per i privati. Supponiamo che l'azienda non riscontri i criteri di emergenza previsti dall'articolo 22 e non dia la parola a Cossiga; e Berlusconi cosa farà?». Il problema è esploso l'altro giorno, quando la commissione parlamentare di vigilanza ha convocato a San Macuto i direttori Rai per discutere come l'azienda si preparava ad



affrontare il periodo elettorale, per ricordare norme e regole, anche quelle interne che prevedono che non possono essere intervistati i candidati dipendenti della Rai. E in quella riunione si è parlato anche di Cossiga. «Ho sottolineato l'esigenza - ha dichiarato ieri Pasquarelli - che non si creino condizioni tali da mettere l'informazione del servizio pubblico in condizioni di svantaggio rispetto a quella delle televisioni commerciali». Si è parlato, soprattutto, del «diritto di replica» di quanti vengono chiamati in causa dal Presidente della Repubblica. E i giornali hanno parlato di «bavaglio al Presidente». Ma quella riunione ha provocato anche un altro «caso»: c'erano infatti due assenti illustri: il direttore del Tg3, Sandro Curzi, indisposto, il presidente della Rai, Enrico Manca e il vice, Birzoli. Non invitati. Una «dimenticanza» che nella riunione del Consiglio d'amministrazione, ieri, è stata commentata con toni infuocati: in un comunicato ufficiale è «stato espresso disappunto» per la mancata convocazione, «per il fatto che la commissione non abbia ritenuto opportuno sulla materia editoriale e sugli indirizzi informativi, che sono all'ordine del giorno del consiglio, ascoltare l'opinione dell'organo di vertice dell'azienda». In serata l'on. Andrea Bori, presidente della commissione parlamentare, ha risposto sostenendo che si era trattato di un incontro del tutto infor-

male e dicendosi «ben lieto di accogliere la richiesta del vertice Rai di essere anch'esso ascoltato in materia». E il bavaglio di Cossiga? «Si è ingenerato un equivoco - dice Vespa - Nessuno pensa di imbavagliare il Presidente della Repubblica, i cui interventi sono parte integrante del dibattito politico. Le testate della Rai, nella loro autonomia, devono riferire in modo costante e adeguato dei suoi interventi. Ma faremo bene a dare spazio anche alle persone chiamate in causa da Cossiga. Del resto nessuno può chiedere a un Tg di non fare il suo mestiere: il problema è riuscire a mantenere i giusti equilibri. L'altra sera, per esempio, noi abbiamo deciso di non trasmettere il sonoro originale di Cossiga su Occhetto, La Malfa e Gava, ma di riassumere la sua dichiarazione e riassumere quindi anche le reazioni dei politici che aveva chiamato in causa». Alberto La Volpe, direttore del Tg2, al «sonoro», invece, ci tiene: «In alcuni casi, di fronte a dichiarazioni che durano anche venti minuti, dobbiamo riassumere quello che dice il Presidente, ma le parti più rilevanti dei suoi interventi le trasmettiamo in voce. Certo, ci troviamo di fronte a un dato nuovo, straordinario: il conflitto con il Presidente della Repubblica ha sconvolto le regole. Ma è un problema politico e si risolve a livello politico. Noi giornalisti dobbiamo tenere conto di quello che accade, fatto salvo però sempre il diritto di replica. Ma il bavaglio... la censura... sono cose dette a vanvera, insensate: noi cronisti dobbiamo far finta di non sentire».

Al Tg3 hanno scelto la strada di «non andare incontro al Presidente con la telecamera», insomma, di non provocare esternazioni, mentre Marco Conti, direttore del Grl, dice: «Cossiga è un soggetto istituzionale e un soggetto politico: bisogna lasciargli spazi commisurati al suo ruolo istituzionale. Vedremo di volta in volta come comportarci. Con tutti i diritti di replica». Anche i consiglieri d'amministrazione della Rai sono intervenuti sul problema: «Io stesso avevo posto il problema di garantire il diritto di replica a quanti sono oggetto degli interventi del Presidente, anche in termini pesantemente offensivi - ha detto Antonio Bernardi, del Pds -. Nel complesso ho sempre trovato Pasquarelli sordo a queste sollecitazioni e dunque mi fa piacere che qualcosa si muova». «Questa è una fase delicata in cui c'è necessità di garantire il massimo equilibrio nell'informazione della Rai - ha sostenuto Marco Follini, dc - Ma al tempo stesso è necessario il massimo della competitività rispetto all'informazione degli altri». Per Sergio Bindi, anche lui dc, «c'è un problema generale di rapporti tra Capo dello Stato e altre istituzioni - e continua - se la Rai non cogliesse le esternazioni del Presidente i Tg privati potrebbero raccogliere i suoi interventi».

Intini e i cossighiani però attaccano: «È un'aggressione politica» I partiti: «No al black-out ma il Quirinale rispetti le regole»

Non si può, né si deve «imbavagliare» il capo dello Stato. Ma anche lui deve rispettare le norme che regolano l'accesso alle trasmissioni radiotelevisive nel periodo di campagna elettorale. Questo il giudizio espresso sostanzialmente da tutti i partiti. Psi, Pli, Msi, vicini al Quirinale, parlano di linciaggio contro il capo dello Stato. Veltroni: «È il diritto di replica di chi viene attaccato».

ROSANNA LAMPUGNANI

ROMA. Suscita qualche turbamento sentir parlare di bavaglio radiotelevisivo al capo dello Stato. Eppure un problema Cossiga-mass media esiste, dal momento che il presidente esula - con sempre maggior frequenza e foga dai suoi compiti istituzionali di super partes. Ogni apparizione in tv, ogni intervento alla radio sono occasioni per scendere direttamente, e da partigiano, nell'agonia politica. Di qui il vertice della commissione di vigilanza e direttori Rai per «contenere» l'estermatore e studiare regole valide per tutti affinché la campagna elettorale possa

svolgersi senza turbolenze. Si è parlato anche, nelle cronache, di un black-out sul Quirinale. E le reazioni a questa ipotesi sono unanimi: Cossiga non può essere messo a tacere, ma le regole devono essere rispettate anche da lui. «Mettere il bavaglio a Cossiga? Regolare lo spazio tv anche per il capo dello Stato? Sono tutti discorsi che lasciano il tempo che trovano, anzi che non dovrebbero affrontarsi in un paese libero e democratico», afferma il socialista Ugo Intini, membro a pieno titolo del partito del presidente. Poi, naturalmente, la necessità in-

evitabile di far rispettare le regole a tutti Intini le trasforma in polemica politica: «La verità è che c'è qualcuno che vuole strumentalizzare anche il problema della regolamentazione degli spazi televisivi in campagna elettorale, per compiere un'aggressione politica nei confronti di Cossiga». E la paura che anima i fautori del bavaglio, sostiene il segretario del Msi, Gianfranco Fini, lo sponsor di Cossiga. «La verità è che essendo consapevoli di essere delittuosi agli occhi della stragrande maggioranza degli italiani, i boss del palazzo cercano poi correre ai ripari, proponendo per le esternazioni di Cossiga la massima sordina imposta per tanti anni al paese reale». È l'altro campione di cossighismo? Umberto Bossi, pronto, risponde: «Un'idea sbagliata contenere le esternazioni presidenziali», afferma il leader della Lega. I liberali, ormai divisi tra loro sull'opportunità di continuare a schierarsi comunque con il Quirinale, so-

stengono che per il capo dello Stato non vi possono essere limiti, «salvo quelli che si rifanno alla discrezionalità dei giornalisti nel dare o meno spazio a dichiarazioni non istituzionali di Cossiga», dice Raffaele Costa. Il partito di via Frattina giudica l'ipotesi del bavaglio una vicenda che «sta a cavallo tra la follia e l'impronunciabile» e quindi sollecita i vertici Rai «a depurare sia i programmi che i Tg da apparizioni televisive di leaders politici». Toni diversi sull'altro fronte: prevale la preoccupazione per un clima che sta diventando sempre più incontrollabile. Così il repubblicano Mauro Duto, sottolineando che di bavagli è meglio non parlare, avanza una proposta per limitare le dichiarazioni a ruota libera del capo dello Stato nei Tg e nei radiogiornali. «Si tratta - dice - di distinguere le esternazioni del presidente dalle polemiche personali che turbano l'attività politica e la campagna elettorale. Se Cossiga volesse rivolgersi alla nazione

con un messaggio istituzionale la Rai dovrebbe mettergli a disposizione telecamere e microfoni. Si autogestirebbe lo spazio e la legge gli garantisce questo diritto. Quando invece si trattasse del "Cossiga a tutto campo" che invita i giornalisti al Quirinale per interviste e commenti allora i direttori di testate delle reti Rai potrebbero rifiutarsi di trasmettere, perché questo è un loro diritto». Dal canto suo Walter Veltroni, del Pds, ribadisce che non si tratta di imbavagliare il presidente, che non è cosa che si fa in democrazia, «ma si tratta di far rispettare le regole». Il presidente della Repubblica, continua Veltroni, deve attenersi al-

la legge di riforma della Rai, che disciplina le apparizioni in tv delle alte cariche dello Stato. «È del tutto evidente, quindi, che il capo dello Stato non può usare gli schermi della televisione - per un'eventuale campagna elettorale in proprio, perché non corrisponde al dettato della legge». Conclusione di Veltroni ponendo un altro problema: il diritto di replica di chi viene attaccato. La Dc, che sta vivendo ore molto difficili, non interviene in questa polemica. L'unico a parlare è il direttore del «Popolo», Sandro Fontana, il quale ricorda che quella del bavaglio è solo una minaccia. «Esistono dei regolamenti - dice - e ritengo che

anche il mezzo pubblico, appunto perché pubblico, deve offrire a tutti le stesse garanzie». Il verde Gianni Mattioli, sottolineando che questo è ormai un problema politico, aggiunge con parole durissime che «Cossiga ha perso il diritto di essere il presidente di tutti. È il capo di un partito e dunque nell'accesso ai mezzi di informazione deve venir meno il ruolo privilegiato che spetta ad un capo dello Stato effettivamente garante dell'unità nazionale. La soluzione sarebbe un pronunciamento politico della commissione di vigilanza, che prenda atto della situazione e apra un contenzioso con il Quirinale». Infine il senatore della Sinistra indipendente, Pierluigi Onorato chiama in causa la Dc: «Non credo nel black-out che farebbe di Cossiga solo una vittima - dice - quanto all'intervento politico. Io credo che la Dc a questo punto debba fare un pensiero».

I tg Fininvest: «Noi non metteremo il silenziatore»

La Rai discute al suo interno quali debbano essere le regole del gioco in campagna elettorale, soprattutto in presenza del fenomeno Cossiga. E la Fininvest che cosa farebbe se la tv di Stato possedesse argine alle esternazioni? Lo abbiamo chiesto al direttore del Tg5 Enrico Mentana e al direttore di «Studio aperto» e Tg4 Emilio Fede. Tutti e due contrari al silenzio-stampa, ma sui partiti la pensano diversamente.

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO. La Rai discute. Finalmente. Seppure alla sua maniera bizantina, il colosso di Stato cerca di darsi una regola che valga, in questa campagna elettorale praticamente già scatenata, ad amministrare col bilancino gli spazi dei politici, intesi come rappresentanti dei partiti. Intanto però nel giro (truccato, ma pur sempre tenuto alla essenza) di norme è intervenuto pesantemente l'arbitro. Nel meccanismo è caduto il macigno Cossiga. Il quale non si limita a esternare sulle onde Rai, ma occupa indiscriminatamente tutto l'etere.

E ora la domanda è: se la tv di Stato, come è auspicabile, troverà il modo di contenere l'abuso, di far rispettare le regole del gioco a tutti, che cosa farà la tv di Berlusconi? Lo abbiamo chiesto a Emilio Fede ed Enrico Mentana, i direttori del Tg Fininvest. I quali, come al solito, esprimono pareri se non opposti, notevolmente diversi. Fede analogamente: «La Rai è la Rai. Seguiremo le norme che eventualmente ci dovessero arrivare dal garante dell'editoria». E infine Mentana considera: «Il fare notizia non è acquisito neanche per Cossiga. Adesso, se anche dicesse che Occhetto è gay, non farebbe più effetto. Alla fine non so quanto poi il presidente, chiamandolo zombie, lo danneggiasse o non crei magari un effetto-simpatia. C'è un indice di presenza positiva e anche negativa».

Insomma sostenendo con una certa sicumera giovanile: «Non saremo tribuna né istituzionale né politica», Mentana ribatte l'editto Rai e la storica legge del bilanciamento, mentre Fede continua a considerarsi l'erede di se stesso quando era direttore del Tg1. Quindi: che cosa farà la Fininvest? È un mistero che sarà svelato solo da Berlusconi.

Ecco le regole d'oro per essere un candidato di successo

MILANO. Quali sono le regole d'oro per vincere le elezioni? Quali tecniche conviene adottare per ottenere il consenso dei cittadini? La ricetta la propone Maria Bruna Pustetto, uno dei più agguerriti pionieri della consulenza politica e della comunicazione americana in Italia, che con il suo «Manuale del candidato politico» potrebbe aver partorito il futuro vademecum dell'aspirante parlamentare alle politiche di aprile. Secondo l'autrice, infatti, in un contesto di preferenza unica e di crisi delle ideologie sarà sempre più determinante saper trasmettere segnali forti. E i politici italiani, che per la maggior parte conducono ancora campagne elettorali di tipo artigianale, se non vogliono essere sommersi dalla crisi che sta investendo il sistema partitico dovranno improrogabilmente ripensare le strategie per conquistare e mantenere il consenso. E propagandare l'uso

Presentato a Milano un «manuale» per una buona campagna elettorale Mannheim: «Curate l'immagine niente soldi per inutili adesivi...» Meglio esagerare in presenzialismo

SOFIA BASSO

più preconcetti. L'obiettivo dell'autrice è aiutare il bravo candidato a valorizzare le sue qualità e attenuare i punti deboli indicandogli come, quando e dove debba investire energie e denaro. Ed è il politologo Renato Mannheim che ha sottolineato come l'uso della tecnica nella ricerca del consenso se fatto in modo intelligente porti a risparmiare sui costi. «Il metodo giusto per l'obiettivo giusto - precisa - rende molti più voti

che le costosissime cene oggi inflazionate a tal punto che spesso il candidato si trova a tenerne tre per sera». E uno dei consigli pratici del manuale, infatti, è proprio di non lasciarsi dominare dalle fibrillazioni degli ultimi giorni facendo stampare migliaia di adesivi e manifesti inutili e costosi. Anche se è indubbio che la gran parte del materiale promozionale deve essere distribuita nei giorni più vicini alle elezioni, quando gli elettori incerti prendono la decisione. E secondo



l'autrice è proprio alla mezzanotte del venerdì che precede la domenica del voto, quando si chiude ufficialmente la campagna elettorale, che bisogna mobilitarsi per raccogliere i frutti dei 45 giorni di intenso lavoro. Un invito a infrangere la legge? Chiaramente no, il consiglio è semplicemente quello di farsi vedere continuamente in pubblico, soprattutto camminando tra la gente. Per essere riconosciuto e tenuto in considerazione - dall'elettore, però, il candidato nei giorni precedenti deve aver puntato sugli obiettivi giusti. Importantissimo ad esempio è sapere che le qualità più privilegiate dagli elettori sono la simpatia e il calore umano, seguite dalla competenza, l'intelligenza e la disponibilità.

Costruire l'immagine vincente di un politico secondo la Pustetto non vuol dire intervenire sul colore della cravatta o sul tono della voce, anche se il look ha un'importanza fondamentale, ma sulla sua comunicazione verbale e simbolica, facendo in modo che il candidato venga percepito come una persona di qualità. Mentre secondo il presidente della Ferpi Claudio Maffei il ruolo principale del consulente politico è quello della moralizzazione pubblica, spiegando che non si possono più dire bugie e che quando un politico fa una promessa la deve mantenere. Il consiglio del sociologo Marino Livolsi invece è quello di fare la campagna non nei 45 giorni che precedono le elezioni, ma ogni giorno, costruendo il consenso sulle cose fatte. Mannheim inoltre ha ricordato come la campagna elettorale sta andando personalizzandosi: ecco perché ha visto fare furti di indirizzi. Insomma, la battaglia sarà accerchiata. Non basta che sperare che il nuovo «Principe» cada solo nelle mani giuste.