

Verso le elezioni



Programmi politici spiegati tra un antipasto e un dolce spot da 30mila a 800 milioni farfalle e telefoni cellulari prof intraprendenti, Epicuro e il cartoncino-buonumore

POLITICA INTERNA



Nelle foto da sinistra Antonio Matarrese, Rosa Russo Jervolino e Paolo Cirino Pomicino. Sotto al titolo Paolo Tuffi e Vittorio Sbardella

«Votate per me, costi quel che costi»

Cene, doni e fantasia, e il candidato povero fa il gregario

ROMA. Campagna elettorale spendacciona e campagna elettorale dimessa. Al 5 di aprile ci arriveremo un po' schizofrenici, parlando in termini massmediologici. Si passa infatti dalle farfalle cene che riempiono i mega ristoranti di tutt'Italia, ai piccoli cartoncini con il volto striminzito del candidato e, ben scandito, il nome accanto al simbolo. È strana questa campagna elettorale, sconvolta da cima a fondo dalla preferenza unica. Se non c'è più la possibilità di correre assieme al cavallo vincente, nelle cinque e nelle quaterne, che senso ha spendere milioni e milioni in una competizione a rischio? «L'elezione è già fatta», spiega Sergio Formosa responsabile per la pubblicità alla Telecolor, una tv privata di Catania. Nella città siciliana in altri tempi, a dieci giorni dal voto, si sarebbero visti fuochi d'artificio. Invece gran parte della campagna si sta svolgendo in sordina. «Abbiamo riscoperto il porta a porta, all'americana: la gente vuole conoscere di persona il candidato», spiega l'avvocato Ottavio Marotta, in lizza per il Senato con il Psi. La squadra di ogni partito, cioè tutti gli uomini di una lista, lavora di fatto per i candidati che si sa già che dovranno essere eletti. I gregari non si fanno campagna, corrono per gli altri. A meno che, come nel caso di Bari, raggiungere un certo quorum di preferenze non diventi comunque un obiettivo da conquistare per giocare poi nella gestione e nel controllo degli affari cittadini.

Antonio, don Peppino Matarrese. Cene e cocktail da sempre sono uno strumento acchiappavoti. Anche se resta il dubbio: dopo aver mangiato e ben bevuto siamo sicuri che l'invitato ricambierà con il voto? Comunque a qualcosa servirà investire tra le 40 e le 60 mila lire a coperto in rigatoni all'amatriciana o in maccheroni con le sarde. O, ancora, in qualcosa di più raffinato come può offrire solo la cucina francese. Donna Nuccia Sbardella le amiche elettrici le ha invitate l'altra sera in un ristorante della capitale, «Le coq d'or». Alla fine, per ricordare alle ciarriere amiche che la crocetta dovranno metterla al posto giusto, seguita dal nome giusto, Vittorio Sbardella, andreettiano doc, la gentile signora ha offerto in omaggio una spilla, una colorata farfalla. Perché in fondo anche un lepidottero può aiutare a «diventare protagonisti del nostro futuro», come si legge nel pieghevole realizzato dal candidato, con la citazione dell'appello dei vescovi all'unità dei cattolici.

Matarrese alla sua festa invita la squadra del Bari. Nuccia Sbardella offre alle amiche elettrici una farfalla acchiappavoti; Pomicino si impegna a risolvere i problemi degli handicappati, e il professor Andreoli fa capire ai suoi studenti che... Miserie e nobiltà della campagna elettorale, a suon

di milioni per cene e spot. Le tariffe spaziano da 30mila lire per le piccole tv locali, agli 800 milioni del pacchetto super proposto dalla Fininvest. E c'è anche chi ricorre ad Epicuro o si inventa un cartoncino del buonumore. Ma i gregari non corrono più. Colpa della preferenza unica.

elettori ha deciso di distribuire la lettera sulla felicità dell'antico filosofo. Come dire: votate me per essere felici, alla maniera di Epicuro. In questi tempi può essere felice è come avere già un piede in paradiso. Ma non sempre ci si accorge di esserlo. Ma a ricordarlo ci ha pensato Gaspare Nuccio, candidato siciliano della Rete. Ha distribuito, infatti, una scheda tipo quella della Sip, bianca a righe azzurre, due colori che mettono allegria. Il segreto di questo cartoncino è tutto nella pressione che bisogna esercitare sopra con il pollice: se lo si spinge in un certo modo appare un colore che indica il buon umore, viceversa sarà il cattivo umore a prevalere.

riempiva accanto con solerzia una scheda: nome, cognome, indirizzo, note particolari, telefono e scoglio elettorale - dell'esaminando di turno. Forse una precauzione necessaria per non sbagliarsi nel momento di dargli il voto. Ma anche il socialista Giuseppe Demitry non è da meno. La sua intraprendenza è nota, ma vale la pena di ricordarla. Ha fatto incetta di tutti i 6500 biglietti per il concerto che Paul Young terrà oggi a Fuorigrotta: una speculazione di sessanta milioni, per ottenere, tra una nota e l'altra, il voto dei giovani. Infatti i biglietti sono stati distribuiti solo a chi i 18 anni li ha già compiuti.

Ma 60 milioni sono brucoloni per chi ha deciso di darci dentro con la campagna elettorale, ricorrendo massicciamente agli spot televisivi. Qualche tariffa, per capire le proporzioni del mercato: nelle tv a circuito regionale uno spot di 15, 30 secondi costa dalle 150 alle 300 mila lire a passaggio e per avere una buona resa pubblicitaria bisogna fare 7, 8 passaggi al giorno per almeno due settimane. Le tariffe sono più basse se le tv sono a circuito più ristretto: uno spot può variare dalle 30 alle 100 mila lire. Proviamo ad immaginare quello da 30 mila: il faccione sorridente del candidato, che dice: votate per me: vi garantirò una nuova politica per la casa, la salute, le tasse e il lavoro. Quanti candidati così ci sono in giro? Altra cosa con la Fininvest. Qui si vendono i pacchetti pubblicitari: ce ne sono di tre tipi, da 300, 600 e 800 mila lire. Ogni pacchetto garantisce un certo numero di passaggi di spot, in determinate fasce orarie - escluse quelle dedicate ai bambini - e in determinate collocazioni. Il Pds - ci informa il responsabile del settore Fininvest, Bellingardi - ha chiesto di non inserirli nei film e per ora questa richiesta è stata rispettata. E lo spot, prodotto all'estero, si va da un minimo di 150 ad un massimo di 300 milioni. Quanto sarà costato quello di Craxi ex presidente del Consiglio, lanciato a diventare anche il futuro presidente del Consiglio?

Non riuscendo a trovare adeguata legittimazione sulla terra ha deciso di affidarsi al Padreterno. Attilio Capra De Carrè, marchese lombardo candidato in Basilicata per la «Legga delle leghe», ha inventato uno spot elettorale in cui parla con Gesù, nel quale evidentemente ripone tutte le sue speranze di essere eletto. Con il suo spot ha letteralmente surclassato tutti gli altri candidati «fantasiosi».

Gli affari delle tipografie

Quanta carta viene stampata e stracciata in queste settimane. Per le tipografie sono affari d'oro, per chi ne riceve a quintalate nelle cassette della posta, o se le ritrova sotto i parabrezza o di forza infilata nella mano i tempi sono di una noia mortale. Ma tant'è, anche questo fa parte del rito. C'è chi si limita, come accennato, a far stampare un semplice cartoncino, dal modico costo di 16 lire a pezzo. Anche se di ognuno se ne stampano migliaia e migliaia di copie, è pur sempre una voce minima nei colossali budget elettorali. E c'è chi non rinuncia a sette, otto manifesti diversi. Per 2000 esemplari, tiratura media, il costo si aggira sul milione. Chissà, invece, quanto saranno costate le 40 pagine palinate dell'«Altritalia», il giornale dell'accademica di Calabria. Forse poche lire,

dato che è farcita di pubblicità Enel. Ma la curiosità, più che intorno al suo costo, è sul perché un giornale che si rifà ai calabresi sponsorizza un ciociaro verace: Paolo Tuffi, già assessore Dc alla Regione Lazio e ora in lizza per il Parlamento. È un vero tutto in Tuffi questo opuscolo, che per la verità lo ritrae sempre ad occhi bassi. Qualcosa da farsi perdonare? Certamente non ha la coscienza a posto la ministra Rosa Russo Jervolino. In quel di Vasto e Lanciano, suo collegio elettorale, in questi giorni stanno arrivando a valanga delle buste composte, affiancate a spese della «presidenza del Consiglio», contenenti l'elenco delle buone azioni della responsabile agli Affari sociali: ben quindici cartelle, buone a convincere anche il più refrattario degli elettori. Kusparmiare sui francobolli, il viziato

ROSANNA LAMPUGNANI



Una lettera per Pomicino

Una trovata divertente e che non costa nulla all'elettore. Nemmeno il fastidio di dover rispondere all'autore di questo cadeau. Invece chi riceve la lettera del dottor Bembo Giovanni, presidente del coordinamento regionale handicappati della Campania, un piccolo sforzo dovrà farlo: dovrà rivolgersi dalle 9 alle 18 di tutti i giorni al suddetto comitato se vuol veder risolti i suoi problemi di assegni arretrati, indennità di accompagnamento, ecc. ecc. Ad aiutarlo ci sarà uno stuolo di esperti che gratis da una mano al cittadino in difficoltà, ma naturalmente solo in questo periodo elettorale. Se poi il suddetto aiutato dal comitato vorrà ricordarsi il 5 aprile di Paolo Cirino Pomicino «la tematica dei soggetti portatori di handicap», non farà un solo voto di danno. Anzi. Con il suo voto potrà contribuire a cambiare la politica dei servizi. Bella lettera, vero?

Schede sbagliate A Milano è tutto da rifare

MILANO. Elezioni, tutto da rifare: c'è un simbolo sbagliato. Le schede elettorali della circoscrizione Milano Pavia, circa quattro milioni, dovranno infatti essere ristampate a causa di un errore. Il simbolo del Movimento politico difesa automobilisti è stato sostituito con quello di un partito dal nome simile, il Partito degli automobilisti, che è presente soltanto al Sud, a Catania e al Nord in Piemonte. Ad accorgersi dello scambio di simboli era stato il capoluogo del Movimento degli automobilisti, Eugenio Peteschi che aveva immediatamente informato un legale il quale ha fatto ricorso alla Prefettura. Spiega il vicesegretario del Movimento, Giorgio Schiavo: «Invece di usare il simbolo depositato al Viminale - ha spiegato - ne è stato utilizzato un altro». Dopo gli accertamenti del caso la Prefettura di Milano ha rilevato lo sbaglio e ha deciso di provvedere al ritiro di tutte le schede elettorali e di ristamparne di nuove con il simbolo corretto. Idem per i manifesti elettorali contenenti liste e simboli affissi sui tabelloni in tutte le strade cittadine. Non indifferente la spesa, visto che, per la prima volta, il 5 e 6 di aprile gli elettori troveranno delle schede con i simboli dei partiti a colori, che costano un po' di più delle altre. Ma soprattutto è necessario accelerare i tempi, perché non manca poi molto al momento del voto. L'errore è stato comunque determinato (se una scussante si vuole trovare) soprattutto dall'altissimo numero di liste presentate quest'anno.

Pastori sardi ridanno al Comune i certificati

ROMA. I pastori sardi colgono l'occasione delle elezioni del 5 di aprile per dar voce al loro malessere. E lo fanno scegliendo come forma di protesta il rifiuto del voto e la restituzione dei certificati elettorali. E' quanto sta accadendo nelle campagne di Oristano dove agricoltori e allevatori stanno collettivamente restituendo i certificati elettorali. La prima protesta si era già verificata in due centri dell'oristanese, a San Vero Meis e Riola Sardo, dove gli agricoltori e i loro familiari hanno restituito 345 certificati elettorali. Ora è la volta dei pastori di Aidomaggiore, un centro dell'alto oristanese quasi al confine della provincia di Nuoro, di far sentire la loro protesta. Sono circa 100 i certificati restituiti da 35 pastori di Aidomaggiore. Il gruppo di pastori muniti dei

propri certificati elettorali personali, tutti quelli dei componenti i rispettivi nuclei familiari, si sono recati in municipio per restituire i certificati. Il sindaco del Comune, Costantino Serra, si è rifiutato di accettarli, a quel punto i pastori hanno deciso di gettarli per terra. Quella di gettare o bruciare i certificati è una forma classica di protesta di chi si sente dimenticato, un sentimento diffuso in Sardegna soprattutto nelle campagne. E allora basta non aver ricevuto dalla Regione il conguaglio sul prezzo del latte o il 1991 a far scattare la protesta. E' proprio questo che è avvenuto a Aidomaggiore dove i pastori e le loro famiglie hanno deciso di non andare a votare e di farlo sapere, nella speranza di svelare le pratiche burocratiche e ottenere così il dovuto.

TELEURNA

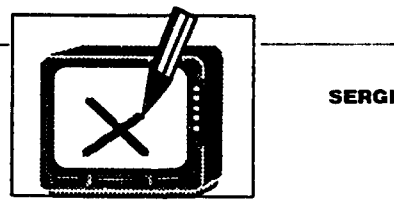
Conti e santi in paradiso

ROMA. Il censimento 1991 dimostrerebbe che gli italiani, nel decennio decorso, non sono aumentati di numero ma sono diventati più ricchi. Non venne mai nessuno: il termine è scaduto senza che io potessi compilare il modulo. Quando, nei giornali di ieri, ho letto che un professore di statistica molto autorevole contesta i risultati del censimento, affermando che sono un milione e 400mila gli italiani rimasti esclusi dal calcolo, ho provato una sensazione di profondo sollievo. Credevo di essere il solo a non esistere, invece siamo una folla. Per quel che può valere una testimonianza individuale, la contestazione del professore di statistica è fondata, e il censimento è una bufala. Resta il fatto che i suoi risultati sono ufficiali. Dunque, non esiste. Eppure scrivo. Scrivo e leggo. E ieri mattina, sui quotidiani pescarese il Centro, ho letto la seguente notizia: «Il candidato al Senato nel collegio del convegno "Società e informazione" oggi alle 17 nella sala dell'Ensa ad Avezzano. L'elenco degli ospiti del candidato dello

scudocrociato è lungo e quasi tutto di provenienza Rai, l'azienda in cui Conti lavora come direttore del Gr2. Parteciperanno all'incontro Gianni Pasquarelli, direttore generale della Rai, Alberto La Volpe, direttore del Tg2, i giornalisti Carmen Lasorella, del Tg2 e Piero Badaloni, del Tg1. Ma che bella festa corporativa e trasversale. Se uno della famiglia è candidato, si mobilitano tutti, in una geniale mescolanza di testate e di partiti. A proposito del futuro senatore Conti, abbiamo già riferito che si fa propaganda utilizzando sui manifesti la sigla del Gr2 e della Rai e ci eravamo domandati concludendo: «Pasquarelli lo saprà? Che ne dice Pedullà? Trallallero trallallà». Ingenui che siamo stati. Il direttore Pasquarelli ce l'ha dato lui il trallallà. Ora, fatti esperti, ci guardiamo bene dal ridomandare «Che ne dice Pedullà», perché il candidato Conti risponderebbe ottenendo di far venire ad Avezzano il presidente della Rai a tenere per lui il comizio di chiusura, con Santoro e la Sattanino

davanti al palco, in ceppi. Se poi Conti si rivolgesse a Gian Paolo Sodano, potrebbe addirittura ottenere un pubblico incontro con Madre Teresa di Calcutta, ingaggiata dal fantasma e combattivo direttore di Raidue per recitare ogni giorno la sua intensa preghiera dopo il Tg2. E anche questo è un bell'esempio di trasversalismo Rai, fra trascendenza religiosa e giornalismo al garofano. Ovvero, se vogliamo riferirci ai capi supremi fra Dio e Craxi. In proposito la Stampa, sotto il titolo «Benvenuti in Paradiso con Raidue, così la preghiera diventa spot», ha pubblicato un grazioso commento di Alessandra Comazzi, che interpreta le intenzioni di Sodano citando una celebre canzone di Ornella Vanoni: «Proviamo anche con Dio, non si sa mai». Tentano insomma di far credere che, se madre Teresa di Calcutta fosse italiana, voterebbe Craxi.

Io non ci credo, ma quelli possono fregarsene perché tanto io non esisto.



SERGIO TURONE

A caccia di voti A Cagliari paga l'handicappato

CAGLIARI. Centinaia di nuove assunzioni nei centri di assistenza agli handicappati, borse di studio per i giornalisti che «reclamizzano» questa attività, trasmissioni televisive per celebrare i principali «benefattori». Tutto ad iniziativa di Bruno Randazzo, candidato Dc per la Camera dei deputati, già consigliere regionale, nonché presidente dell'Associazione per l'assistenza spaziale (Aias), un grosso ente finanziato dalla Regione con 50 miliardi all'anno, che si occupa di handicap e soprattutto di clientele. In questa vigilia elettorale, l'esponente Dc è scatenato, con inserzioni e spot pagati dall'Aias e quindi dalla Regione. Il caso è stato segnalato dal presidente del gruppo consiliare del Pds, Emanuele Sanna, con una lettera alla presidenza della giunta e a quella della Corte

dei Conti. «In questa particolare congiuntura elettorale - viene denunciato tra l'altro - l'on. Randazzo tenta di accreditarsi come onnipotente dispensatore di posti di lavoro e dei servizi per i soggetti portatori di handicap. Questo modo scorretto di fare la propaganda elettorale, strumentalizzando i bisogni dei disabili, degli anziani e dei bambini handicappati, deve essere tempestivamente e adeguatamente contrastato». Il Pds sollecita un'immediata indagine del servizio ispettivo dell'assessorato alla sanità, per vigilare con assoluto rigore circa l'utilizzazione delle risorse finanziarie dell'Aias (che ha alle sue dipendenze oltre 1500 operatori in Sardegna) e sulla loro eventuale distrazione dalle attività istituzionali previste dalle convenzioni vigenti con tutte le unità sanitarie della regione.