

GOVERNO E FININVEST.

L'ex pubblicitario nega «appannamenti» del Cavaliere
L'Iri oggi ratifica e vara il vertice dell'azienda pubblica

**Rai, via libera a Billia direttore
Sui ricatti Murialdi smentisce Tajani**

Via libera dell'Iri a Gianni Billia direttore generale della Rai. Questa mattina l'assemblea degli azionisti (99,55% Iri, 0,45% Siae) ratificherà la sua designazione a nuovo direttore generale, dopo di che il consiglio di amministrazione della Rai procederà materialmente alla nomina. Billia, ex segretario generale alle Finanze, succede a Gianni Locatelli. Si completa così il vertice della Rai, mentre continuano le polemiche sollevate dalle dichiarazioni dei «vecchi» amministratori della tv pubblica. Se Tajani, il portavoce di Berlusconi, aveva smentito i fatti ricordati dall'ex presidente della Rai Demattè, e Storace qualifica come «colpo di sole» le medesime frasi di Demattè, l'ex consigliere Murialdi a sua volta smentisce Tajani. «Demattè ha incontrato Berlusconi - dice Murialdi - sia prima che dopo il suo incarico alla presidenza del Consiglio. E Tajani dice una bugia quando riferisce che l'ex presidente della Fininvest si incontrò con il consiglio d'amministrazione. Io Berlusconi non l'ho mai incontrato, non lo conosco, l'ho visto solo in tv». La questione, intanto, è arrivata in Parlamento. I progressisti Giuseppe Giuletta, Paolo Raffaelli, Sandra Bonsanti e Mauro Paissan hanno rivolto sull'argomento un'interrogazione urgente ai ministri di Interno, Giustizia, Poste e Industria. «Il presidente del Consiglio Silvio Berlusconi ha cercato di tutelare gli interessi del proprietario della Fininvest Silvio Berlusconi a scapito del servizio pubblico», denunciano i deputati, chiedendo quindi ai ministri Maroni, Biondi, Tatarella e Gnutti se ciò «non costituisca una violazione delle normative vigenti in materia di pubblici servizi e di tutela della libera concorrenza». L'onorevole Carla Mazzuca (Partito Segni) definisce il tentato accordo «delitti di abuso d'ufficio e tentata corruzione» e con un'interpellanza ha chiesto al ministro delle Poste Tatarella se abbia «denunciato all'autorità giudiziaria il tentativo messo in atto di realizzare un accordo di cartello pubblicitario Rai-Fininvest a tutto vantaggio delle tre emittenti private». □ S.F.S.



Moratti, Marchini, Presutti e Cardini amministratori della Rai

Camilla Morandi-Paolo Trei/Agf

Relazione sui servizi segreti

«Milano città a rischio
Contro l'esecutivo
azioni di disinformazione»

NOSTRO SERVIZIO

ROMA Il governo ha presentato ieri alle Camere la relazione semestrale sull'attività dei servizi segreti. Il bilancio verte soprattutto sull'analisi della lotta alla mafia che desta nuovo allarme. Emerge che «il grande crimine finalizza il suo disegno eversivo - è affermato nella relazione - all'intossicazione del consenso sociale che va accompagnando l'attività antimafia, nella considerazione che esso rappresenta la condizione indispensabile per qualsivoglia iniziativa di prevenzione e contrasto». L'attività di «intelligence» ha permesso di raccogliere segnali di un «rafforzamento della strategia eversiva» intesa a creare allarme per la sicurezza pubblica, a screditare il contributo probatorio dei collaboratori di giustizia, ad eliminare persone particolarmente impegnate sul fronte della sensibilizzazione dell'opinione pubblica per un recupero dei valori della società civile.

gamento alla ricerca di più efficaci forme antagoniste».

Tra l'altro, per l'ultrasinistra, l'attività di intelligence è stata rivolta a gruppi attivi dell'Italia settentrionale, specie nel contesto lombardo, dove sono stati colti segnali di tentativi di riorganizzazione e di ricerca di alleanze operative con militanti stranieri. Nuovo obiettivo di tali fermenti si configura la città di Milano, evidentemente ritenuta polo emblematico del nuovo corso politico». Per l'ultrasinistra, si dice nella relazione semestrale, questo settore «ha trovato nel mutato quadro politico nazionale nuove motivazioni di più marcata contrapposizione alle istituzioni».

La relazione segnala che «si registra il perdurare di tentativi di destabilizzazione strisciante, attuati in maniera ambigua attraverso la disinformazione, la minaccia e l'intossicazione della pubblica opinione». Nell'ultima pagina del documento sull'attività dei servizi, il governo sintetizza la sua posizione sul tema della riorganizzazione dei servizi segreti.

«Il governo non intende tralasciare - si afferma - un tema così importante e delicato come quello della riorganizzazione dei servizi di sicurezza. Ma proprio in relazione alla particolare natura della materia ritiene necessario un preliminare approfondimento di ogni aspetto che caratterizza tale settore». Al riguardo, un comico soprassalto propagandistico: «Nell'affrontare l'argomento, il governo si trova in una posizione privilegiata, avendo dato prova di essere libero dai condizionamenti del passato ed inoltre scevro dai pregiudizi che sovente deformano la realtà...».



Sergio Stracusa

**Forza Italia invoca il seduttore
Lasagna: «Berlusconi? Ora è il marito d'Italia»**

STEFANIA SCATENI

ROMA. «Berlusconi deve sfruttare le sue doti di seduttore e di comunicatore». I consigli dell'ultimo minuto, prima dell'ingresso di ieri al Parlamento, vengono da due «compagni di squadra»: e cioè dai deputati di Forza Italia Micciché e Meluzzi, evidentemente preoccupati per la sequela di spiegazioni che il presidente del Consiglio dovrà dare ai deputati e ai telespettatori. Di tutt'altro avviso è, invece, Roberto, detto Bob, Lasagna, attualmente sottosegretario all'Ambiente, che riesce perfino a dare a Berlusconi del «marito d'Italia» o della «cravatta». Pubblicitario rinomato, nel febbraio scorso Lasagna è diventato Campaign manager di Forza Italia, l'esperto di comunicazione che ha supervisionato la campagna elettorale di Silvio Berlusconi. Che però Bob chiama col suo vero nome: «campagna pubblicitaria».

«Una trasformazione»

Subissato dalle critiche, evidentemente in difficoltà di comunicazione, irrimediabile. Il presidente del Consiglio, agli occhi di molti italiani, ha perso gran parte del suo fascino. Non per Lasagna che, così come all'inizio della campagna elettorale confessò la sua «fede berlusconiana», ora vede gli avvenimenti recenti attraverso la stessa immutata ferde: «Non è vero che Berlusconi soffre di un calo di popolarità. È semplicemente avvenuta una trasformazione: se prima era il fidanzato d'Italia, ora inizia a esserne il marito. E dopo il matrimonio si comincia a scoprire che tutto quello che prima luccicava non brilla più così tanto». Certo che

il «marito» Berlusconi ce la sta mettendo tutta per appannare i luccichii sparsi a piene mani in campagna elettorale. «In fin dei conti però - seguita Lasagna - del manto si possono scoprire altre qualità». La speranza è sempre l'ultima a morire? «Assolutamente no - ribatte -. Dal punto di vista puramente d'immagine, Berlusconi non è mai stato così popolare. La sua situazione attuale mi ricorda l'ultimo mese di campagna elettorale, quando non potevamo più mandare gli spot in tv e non sapevamo come fare per mantenere costante la sua presenza pubblica. Per nostra fortuna, ci hanno pensato stampa e televisione ad attaccarlo e a dedicargli ogni giorno titoli di apertura. Berlusconi era la persona più vilipesa del momento. E la gente ha cominciato a infastidirsi di questa aggressività».

Mi consenta, ma ora la situazione è diversa. Ora anche «la gente» protesta, manda persino migliaia di fax contro le decisioni del governo. E i sondaggi, tanto cari al Cavaliere, lo danno in perdita costante. Bob Lasagna se la cava con una battuta («Quei fax li ha mandati tutti Bertinotti, ha fatto un ordine maxi alla Raxxero») ma poi aggiunge: «Sono pur sempre milioni di persone che gli dicono: stai facendo un errore. Quello che ci interessa è il volume e la pressione della comunicazione. E il volume d'interesse sulla persona di Berlusconi è notevolmente aumentato. La sua «penetrazione di mente», come si dice in gergo pubblicitario, è più elevata di qualunque altro uomo politico e capo del governo ci sia stato in Italia: il 99% degli italiani sa chi è Berlusconi».

È come una cravatta

Magari lo sa per via delle tv, ma

Lasagna non si scompone e continua imperturbato a sciorinare la sua tesi. Riassumibile nel vecchio adagio: non importa se parlate bene o male di me, l'importante è che parliate di me. «Berlusconi - osserva il sottosegretario all'Ambiente - è come una cravatta. Come la cravatta-obbligatoria per entrare in Parlamento. Il gradimento non c'entra. Tutti hanno la testa occupata da lui. Ti eccita, ha un effetto di sinergia con quello che sono le tue aspettative. Lo critichi perché non ne puoi fare a meno. E cerchi, magari, di fargli capire che certe abitudini non vanno bene, che alcuni suoi comportamenti sono da cambiare. Come si fa con i mariti, appunto».

E come tutti i mariti, anche Silvio Berlusconi rischia di dover subire qualche adultero. «Ma no!», ribatte Roberto Lasagna. «Non dopo così poco tempo!».

festiva Modena

RAZIONALE

26 AGOSTO 19 SETTEMBRE 94

l'Unità

