

VERSO I REFERENDUM.

Il comitato per l'abrogazione della Mammi presenta oggi i suoi spot. Pochi soldi: parlano i tesoriere dei partiti

Bari, niente spazi per il Sì: «Non c'è par condicio...»

La biblioteca provinciale De Gennaro è uno dei pochissimi spazi pubblici disponibili a Bari per manifestazioni e dibattiti. Fatta a regola d'arte, visto che ieri mattina un fax urgente del vicepresidente della Provincia di Bari Franco Sorrentino ha impedito alla direzione di sbarrare le porte ad un già programmato incontro pubblico sul referendum organizzato dall'associazione «Leonardo Solosio» in collaborazione con Magistratura Democratica e il Comitato base per la Costituzione. Paradosso la motivazione: «mancanza di par condicio». E questo mentre sulle reti Fininvest imperavano spot d'ogni tipo, con i «testimonial» del



L'apertura della campagna referendaria del comitato per il sì. A lato Sergio Garavini, in basso Paolo Rossi

I dissidenti di Prc accelerano la divisione da Bertinotti e Cossutta

«È subalterna l'idea di un accordo tra le forze democratiche ridotto sostanzialmente ad un patto elettorale e difensivo antidestra». I dissidenti di Rifondazione comunista hanno deciso di dar vita ai «centri comunisti per l'unità». A luglio, dice Crucianelli, cominceremo a preparare un'ampia assemblea sul programma di governo della sinistra. Si accelera il processo di differenziazione dalle posizioni di Bertinotti e Cossutta.



ROMA. I «dissidenti» di Rifondazione Comunista hanno fatto un passo avanti sulla strada della polemica che li divide da Bertinotti e Cossutta. Nell'assemblea di domenica a Roma si è deciso di dar vita ai «centri dei comunisti per l'unità», per operare «oltre ogni appartenenza o meno di partito, per un lavoro unitario con le altre forze della sinistra e per un dialogo costruttivo con tutte le forze democratiche». Per i «dissidenti» quindi la sola battaglia interna al Prc è ormai insufficiente per garantire il ruolo non sostituibile di una forza che si richiama al patrimonio culturale e politico dei comunisti italiani. Rifondazione comunista - si legge nel documento approvato dall'assemblea - ha sbagliato a liquidare l'esperienza dei progressisti, così come «subalterna» appare la scelta di Rifondazione comunista «per un accordo tra le forze democratiche, ridotto sostanzialmente e un dato puramente elettorale e difensivo antidestra».

Decisivo, invece, deve essere il ruolo «dei comunisti nella possibile costruzione di un nuovo progetto federativo» e nella «elaborazione di punti significativi di programma e nella più ampia partecipazione popolare alla costruzione della coalizione democratica». Crucianelli, Garavini e dei gran parte dei deputati e dei senatori del Prc che votarono la fiducia alla manovra Dini sono determinati a proseguire sulla strada intrapresa a partire dalle battaglie sulle pensioni e sui referendum. A luglio, dice Crucianelli, daremo vita a un appuntamento di riflessione teorica sulla questione del comunismo e successivamente a una più ampia assemblea sul programma di governo della sinistra. Intanto i parlamentari «dissidenti» stanno lavorando per definire una serie di emendamenti al progetto del governo sulle pensioni, al di fuori della linea ostruzionistica decisa da Bertinotti e Cossutta.

Tre tv contro il porta a porta La colletta del Sì contro il gigante finanziario

Oggi il Comitato per il Sì ai referendum sulla Mammi presenterà i suoi spot. Sulle reti Fininvest i conduttori continuano a fare campagna per il No, e Giulietti invita artisti e showman a fare altrettanto per il Sì. Emilio Fede: «Andrò in piazza per Silvio». La sproporzione di mezzi tra i due fronti, denunciano i promotori, è «inquietante». I partiti del Sì hanno le casse vuote. Ma gli amministratori di Lega e Pds non demordono: «Vinceremo porta a porta».

VITTORIO RABONE

ROMA. «Io faccio un appello alla disobbedienza civile. Dico a tutti, artisti, conduttori, showman, di invitare i colleghi della Fininvest: ovunque siete, in Rai, a Tmc, a Videomusic, anche sulle reti di Berlusconi, dite che voterete Sì, e spiegate perché. Non c'è altra strada: se dobbiamo perdere per colpa di un clima di illegalità, di disparità, meglio disobbedire». Questo è Giuseppe Giulietti, uno dei promotori del Sì ai referendum sulle tv. Dire che è spazientito sarebbe un eufemismo. Giulietti è furibondo. «Scalfaro la bene - dice - a chiedere serenità. Ma dov'è la serenità? Io vedo solo prevaricazioni. Per avere pubblicità dobbiamo pagare il nostro avversario politico, e vada. Per avere pubblicità dobbiamo pagare il padrone della Fininvest, e passi. Ma adesso sulle tv del Cavaliere è una fila di scorrettezze, sceneggia-

te, interruzioni. Io dico la verità: dalle autorità e anche dal Quirinale mi aspetto un intervento, al più presto». È un pasdaran, Giulietti? Un estremista in questa Italia che vorrebbe votare mostrando fair play, senza lanciare bombe contro il nemico? In altre occasioni, può darsi. Ma ora proviamo a seguire il suo ragionamento. Il Comitato del No fa spot tranquilli, e ne fa tanti. Chi paga? Dopo il voto si vedrà, arriveranno bilanci e fatture. Nel frattempo, il Sì sospetta che sia la Fininvest a pagare la Fininvest. Ha torto? Chissà, lo si appurerà solo a urne chiuse, cioè troppo tardi. In aggiunta, tutto il parterre di re Silvio, da Mike Bongiorno ad Alberto Castagna, va predicando: telespettatori attenti, voi rischiate di non vederci più. Ultima arriva Iva Zanicchi, che ieri, ospite da Liguori, ha

fatto un pistolotto di un minuto e mezzo a favore del No. E quale Garante (anche se ieri Santaniello ha chiesto «spazio e visibilità adeguati ai promotori di tutti i referendum») può bloccare questo fiume di ricche coscienze preoccupate per il tempo libero degli italiani?

Allora la situazione può essere descritta così: da una parte, esattamente come il 27 marzo dell'anno scorso, c'è un elefante tv, il partito Fininvest-Berlusconi, che le prova tutte, lecite e illecite, per vincere quella che considera una battaglia di sopravvivenza. Dall'altra c'è il fronte del Sì che raccoglie i risparmi e prova a resistere. Naturalmente, nella favola il topolino mette in fuga l'elefante. Ma chi è disposto a scommettere che questa sia un paese da favola?

Gli spot del Sì Esempio pratico: il Comitato per il Sì ha lanciato una campagna di finanziamento, e oggi presenterà i suoi spot. La campagna ha fruttato per ora meno di un miliardo. La Fininvest vende blocchi pubblicitari per otto giorni che costano all'incirca un miliardo e trecento milioni. Con i soldi che ha, il Comitato potrebbe pianificare giusto l'ultima settimana, e all'osso. Gli spot sono anche suggestivi: in uno si osserva il film di Scola «Una giornata parti-

colare», sono in scena Mastroianni e la Loren. La sequenza viene interrotta dalla pubblicità, e lo slogan ricorda: «Non si interrompe un'emozione». Suggestivo. Ma basteranno due passaggi tv negli ultimi otto giorni per far capire le ragioni del referendum?

E non è che qualche miracolo possa riequilibrare le forze. Pierluigi Castellani è un senatore, tesoriere del Ppi di Bianco. Al telefono ha il tono di uno che alza le spalle: «Mio caro, lei sa meglio di me come stiamo - sospira - io non ho potuto assumere le mie funzioni. Le chiavi le ha Duce, il tesoriere di Buttiglione. Aspettiamo ancora che il giudice decida. Nel frattempo ho parlato con gli amici del Sì. Forse noi faremo qualche spot. Ma siamo a bagnarci, e dovremo mettere mano alla tasca...».

La tasca di Castellani, ovviamente, è molto più stretta di quella del Cavaliere. Quella di Maurizio Balocchi, tesoriere della Lega, pure è semi-vuota. «Noi abbiamo deciso di stanziare un contributo per il Comitato del Sì - dice Balocchi - Domani ne parlerò con Bossi e stabiliremo l'importo. Ma siamo da due anni senza i fondi dello stato, e la nostra presenza sul territorio è diffusa e comporta costi altissimi...». Più di così, spiega, c'è una sola cosa da fare: «Le sezioni della Lega, una a una, illustreranno porta a

porta tutti e dodici i referendum. Qui c'è il rischio che la gente non sappia nemmeno di che si tratti».

Porta a porta Infatti l'alternativa, per chi fa politica ma non ha le tv, è una sola: muoversi, discutere, far capire agli elettori che cosa sta succedendo davvero, mentre la Fininvest propala che l'unico scopo dei quesiti è togliere il lavoro a migliaia di persone e lasciare gli italiani orfani di Funari. «È ovvio - prosegue Balocchi - che per noi accedere al video significa dare soldi a Berlusconi. E che Berlusconi, controllando la maggior parte del mercato pubblicitario, può giovarsi di innumerevoli cambi-merce. L'unica soluzione è l'antitrust. Se non si fa questo, si è tentati di rassegnarsi, lo comunque ho fiducia: non è detto che il popolo sia così pirla da farsi convincere dalle tv della Fininvest. Forse col passaparola e il volantinaggio riusciremo a spuntarla lo stesso».

Terzo tesoriere: Francesco Riccio, del Pds. Racconta che cosa ha fatto la Quercia: «Ci siamo impegnati a versare 200 milioni al Comitato per il Sì. Altri cento li spendiamo per la propaganda. Sono pochi, lo so, ma questi abbiamo...». Stiamo per lanciare una sottoscrizione nelle sezioni, 100mila lire

ciascuna per il Sì. Finora Botteghe Oscure ha prodotto un manifesto nazionale e un depliant per le federazioni. Ci saranno altri manifesti, ma la campagna elettorale amministrativa ha prosciugato le casse. Anche Riccio è preoccupato dalla «potenza di fuoco» delle tre reti Fininvest, per neppure lui demorde: «Mobiliteremo le nostre forze casa per casa. Il rischio che si corre è chiaro: toccheremo alcuni strati dell'opinione pubblica, ma gli strati più profondi potrebbero restare in balia del bombardamento della Fininvest».

Lo scontro impari Perché la verità, a volerla vedere, sembra un proverbio di Catalano: forse la tv decisiva non è, ma se la puoi usare come ti pare certamente aiuta. «La differenza fra noi e loro - prova a spiegare Vincenzo Vitale del Pds, un altro dei protagonisti di questa battaglia - è che noi disponiamo di argomentazioni ragionevoli. Loro, invece, hanno dei palinsesti interi. Nella guerra semiologica noi siamo come Robin Hood e loro come le armate Usa. C'è una sproporzione inquietante. Berlusconi non organizza discorsi, ma provoca una grande emozione collettiva, un grande spot ingannevole». Gli basterà? È un elefante. Ma anche gli elefanti, appunto, conoscono la paura...

INTERVISTA

Il comico raccomanda: «L'importante è informarsi, non lasciarsi condizionare da nessuno»

Rossi: «Il No esagera, alla fine perderanno»



Il comico Paolo Rossi partecipa alla riflessione sui referendum televisivi. «Io voto Sì, ma quel che conta è informarsi, non farsi condizionare neppure dalla mia dichiarazione». La pubblicità, che è stata il motore della nascita della tv commerciale, ha bisogno delle reti per investire: ecco perché le reti non saranno oscurate. «Voglio essere ottimista. Secondo me la volata della propaganda per il No è partita troppo presto».

MARIA NOVELLA OPPO

se, devo dire, penso che il problema sarà presto superato dalle nuove tecnologie e ci troveremo magari di nuovo ad affrontare situazioni di monopolio. Allora stai studiando anche il versante tecnologico. Verso incominciandolo a studiare adesso, perché rappresenta il futuro. Anche per il teatro e per quelle che possono essere le forme di comunicazione di un «performer», cioè di un attore sempre meno ottocentesco. Compito del «performer» è anche quello di ren-

dere noto che esiste una rete di comunicazione. Allora il nuovo attore sarà soprattutto un comunicatore? No. Chiariamo: il performer è soprattutto un raccontatore. Come Gesù Cristo con le sue parabole... Certo è stato il primo grande performer e ha raccontato delle grandistorie. Invece coi «comunicatori» politici voi comici avete sostenuto nel recente passato una strana po-

lemica, accusandoli di concorrenza sleale. Ora però i politici sono tornati grigi e bistri. Il vostro mestiere si è fatto più semplice?

È cambiato tutto. E solo un paese come il Giappone può eleggere sindaco di Tokio un comico. O solo qualche persona pigra può pensare che sia ritornato tutto facile. Anzi adesso si vede chi, dopo la fase delle caricature e la salita frontale del Caf, con questo mestiere può toccare anche vene di poesia. Voglio dire che questo mestiere può anche essere una chiave per raccontare la realtà e raccontarla più un'alfuciazione che un fatto di cronaca.

Ma a noi tocca la cronaca. Si era detto che Berlusconi ha vinto per mezzo della tv. E che cosa lo ha fatto perdere?

Sempre la tv. Guarda, io sono un perito chimico e ci tengo a dirlo perché è un mio approccio alla vita. Non esiste un elemento che sia in sé buono o cattivo. Bisogna considerare che cosa mette in reazione quell'elemento. E poi va

considerata la quantità. Ci sono sostanze che in qualità ridotta sono medicine e in forti dosi sono letali. Lui, Berlusconi, è incappato in due errori chimici: da un lato ha sposato la tv come un programma politico, innescando una reazione che, decantandosi, ha mostrato la sua essenza virtuale, di cosa che non c'è. Poi ha esagerato, ha abusato di un mezzo che in sé non è bene né male. La tv può essere tutto: informazione, spettacolo, formazione, ecc...

Ecco, la tv potrà in futuro, con le nuove tecnologie che dicevi, specializzarsi in questi campi, mostrando tutte le sue potenzialità.

Quella è la tv che non è stata ancora fatta da nessuno. Invece penso che la più grossa rivoluzione democratica in Italia non riguardi la tv, ma la radio, che è stato vero veicolo di informazione e comunicazione libera e pluralista. Sul referendum ci teni molto a dire che, sì, voto Sì, ma non vorrei che questa dichiarazione fosse come un cartellone messo lì durante

una partita di calcio. La cosa più importante è informarsi realmente su quello che significano queste scelte. Mi pare che questa nostra democrazia tenda a relegare la partecipazione alla scelta e non alla conoscenza. Così la politica finisce per somigliare più al Festival di Sanremo che a uno stato democratico. Io mi sono informato: lo sforzo va fatto per non farsi condizionare, anche dalla mia dichiarazione, per esempio. Il vero problema non è tanto quante reti, ma come distribuire la torta della pubblicità. Le tv non sono nate perché ognuno avesse il suo programma, ma perché la pubblicità deve essere sistemata da qualche parte.

E anche questo dimostra che il pericolo di oscuramento non esiste.

Gli spot da qualche parte li dovranno mettere. Le reti resteranno, perciò bisogna che la gente si informi e che non vada a votare come si va a giocare al Lotto.

Ma c'è ancora il tempo per informare, o vinceranno gli spot Fininvest che sono in onia da mesi? Secondo me si stanno facendo una pubblicità contraria. Voglio essere ottimista: l'altra volta, alle politiche, sono partiti in fuga troppo presto e anche adesso la volata è troppo lunga. Però l'altra volta hanno vinto... L'altra volta hanno vinto, ma per poco. E c'era l'effetto sorpresa che ora non c'è più. E che cosa pensi di tanti tuoi colleghi mobilitati sulle reti Fininvest come propagandisti e questuanti? Non ho mai parlato di un mio collega, se non per parlarne bene in termini artistici. Sei un vero signore. Ultima domanda: tra le tante tv specializzate che vorranno, ne vorresti anche una teatrale? La tv teatrale non esiste. Possono esistere modi teatrali di lavorare in tv. Al massimo una tv del genere potrebbe essere utile come archivio, ma gli archivi sono noiosi e io, che la tv la guardo, mi annoierei da morire.

MILANO. Paolo Rossi, in tournée col suo Circo, si sente anche lui coinvolto nella grande «questione televisiva» che, in queste settimane di arrovantata campagna referendaria, divide il paese in due. Come comico e soprattutto come capocomico, sei riuscito a trovare il tempo di «prepararti» ai complicati quesiti referendari? Sì. Sono abbastanza pronto. E hai deciso come votare? Io chiaramente voto Sì sul tema della proprietà delle reti. Anche