

**ELEZIONI.** Chiusura dell'Ulivo con Veltroni in via Dante. «Stavolta si può vincere»

## «Convincete voi gli ultimi indecisi»

■ Più che un comizio conclusivo una festa popolare. Via Dante trasformata in isola pedonale, tavolini all'aperto, bandiere sventolanti, brezza tiepida di primavera. Fa tanto convention democratica. Sul palco con Walter Veltroni, capoluogo Pds sul proporzionale in Lombardia 1 e vice-premier designato, decine di candidati. Ma ad aprire la manifestazione è una ragazza con gli occhi azzurri. E dello stesso colore è anche il nome di Azzurra Maiocchi, studentessa del Berchet. Dopo di lei Lella Costa, che accenna le parole della Canzone popolare di Fossati proprio mentre un boato di applausi sottolinea l'arrivo di Veltroni. Applauditissimi anche Federica Gasparini, della Federcasalinghe, il candidato D'Amico (lista Di Ni), il verde Gianni Mattioli, il popolare Giovanni Bianchi. Sul palco anche Barbara Pollastrini, finalmente distesa dopo la sentenza del tribunale che l'ha prosciolta dalle accuse di correttezza con Craxi per le tangenti Mrn. Giù, sotto il palco, fanno note e tante invece sconosciute: moltissimi i giovani. Il numero due dell'Ulivo parla per un'ora, a braccio. Il tono è quello di sempre: far leva sulla voglia di ricostruire, sulla forza serena del cambiamento. «L'altro giorno un giornalista mi ha chiesto qual è la data alla quale sono più affezionato: ho risposto il 25 aprile del '45. Oggi come allora si tratta di ricostruire l'Italia». L'appello finale è per gli elettori dell'Ulivo. «In queste ultime 48 ore la campagna elettorale fatela voi: telefonate ai conoscenti indecisi, spiegate loro le nostre ragioni». Divertente la battuta cinematografica: «Ci dovrà pur essere una volta che, come nei film western, vincono i buoni e non i cattivi».



La folla di sostenitori dell'Ulivo ieri in via Dante. A destra Walter Veltroni e Barbara Pollastrini

De Bellis

■ Mamma, che noia. La campagna elettorale, a Milano, non c'è stata. O se c'è stata, nessuno sembra essersene accorto, tanto è stata sotto tono rispetto alle sanguinose risse televisive. Nessuna traccia di temi locali, pochi candidati in giro, smorti anche i manifesti, con tutti quegli sconosciuti incravattati che dai muri guardano poco convinti, persino loro, i passanti. È il parere che accomuna osservatori di professione come i giornalisti e uomini di spettacolo, operatori finanziari come artisti. Secondo **Giorgio Bocca** si è trattato di una delle «campagne più fiacche che si siano mai viste, svolta tutta in tv senza che i temi locali siano stati nemmeno sfiorati. Del resto, la gente si è accorta che gli argomenti in discussione non sono risolvibili dai politici. Insomma, sono finite le aspettative. E poi c'è la sensazione diffusa di un margine di consensi minimo tra vincitori e sconfitti. E allora perché Fini ha bloccato quegli accordi che si potevano già fare qualche mese fa, risparmiando anche dei soldi?». Monsignor **Gianfranco Ravasi** l'illustre biblista della Curia ambrosiana, distingue «tra il colore molto acceso della campagna elettorale come emerge dai media, e l'interesse delle persone che, pur non mancando, non ha il coinvolgimento emotivo che si percepiva due anni fa. La minor partecipazione potrebbe anche essere la risposta a un dibattito che talvolta sembra artificioso. Per usare un'immagine, i problemi esisto-

## Un tranquillo mese di campagna Per i milanesi 30 giorni senza fuochi d'artificio

Tutti d'accordo, la campagna elettorale - fuori dalle televisioni - non esiste o quasi. È il giudizio di artisti e finanziari, cantanti e giornalisti. Tra la gente, delle onde emotive della competizione di due anni fa, non è rimasta che una pallida eco. Ma qualcuno una spiegazione ce l'ha: «Dopo due anni di campagna elettorale, le persone un'idea se la saranno fatta». E non c'è più chi possa presentarsi come l'uomo dei miracoli.

MARCO CREMONESI

no, hanno radici magari profonde, ma i politici parlano dei rami». Campagna elettorale? Per cantata. La scrittrice **Carmin Covito** manco ne vuole sentir parlare: «Ho già deciso per chi votare e non sto seguendo affatto, non esco di casa e la televisione non la guardo». Ma tra le persone che frequenta quali impressioni ha colto? «Il fatto è che nemmeno frequento nessuno. Sul l'argomento, proprio, non ho nulla da dire». Radicaie. Come **Ornella Vanoni** che dalla battaglia elettorale si è tenuta alla larga. E non mi è stato difficile farlo. Come la mag-

gior parte delle persone che conosco, sono confusa. Le ideologie sono andate a farsi fottere, e ci vorrebbero altre certezze, o solidità, che non vedo». A modo suo, il direttore di Linus e grande vecchio dell'editoria italiana, **Oreste Del Buono**, è anche più distante: «La campagna elettorale mi ha convinto. Io non voto». Odb che si dice «ancora comunista» ammette di «provare sempre più ostilità per competizioni in cui si sente parlare solo di grandi temi astratti. Dovevano avere due soli schieramenti e abbiamo due partiti comunisti,

due fascisti, quattro o cinque Dc... E io, come credo la maggior parte delle persone, non capisco. L'unico manifesto che mi ha colpito è quello dei fascisti della Fiamma, lì si parla addirittura di rivoluzione». Nel marzo '94, le discoteche erano state ambrate per candidati a caccia di voti. «Quest'anno, calma piatta, zero assoluto, nulla di nulla - storce il naso **Pinina Garavaglia**, contessa e organizzatrice di notti famose a Milano e fuori - i candidati si contentano del loro oroscopo, sembra che non cerchino nuovi voti. Alcune feste ci sono state, ma senza eco e zeppa solo di amici del candidato. Nel '94 mi era arrivata a casa ogni genere di propaganda, qualcuno mi aveva spedito addirittura un sacchetto di spezie da cucina... Stavolta neanche un "santino"». Anche l'architetto **Vittorio Gregotti** è amareggiato: «Brutta, una brutta campagna elettorale, l'unico tema è quello del denaro, un fatto avulso. E poi, ho notato nei toni dei politici una mancanza assoluta di senso della responsabilità, nessuno si ar-

rischia su argomenti vicini alle aspettative degli elettori». Pittore e scrittore, **Emilio Tadini** protesta proprio contro la mancanza di Milano dalla campagna elettorale: «Non dovrebbe esserci una tale differenza tra consultazioni amministrative e politiche, la gente in questo modo si disamora. Tanto rumore in televisione serve solo a eludere i contenuti, e questa è una cosa che fa il gioco delle destre. Spiace vedere che anche i giornali si accodino alla tivù, mentre i comizi sono quasi scomparsi». Nell'esercito dei perplessi si autoarruola anche la stilista **Raffaella Coriell**: «Aspetterò per decidere l'ultimo giorno, quello del silenzio assoluto sui temi elettorali. Perché quello di cui ho bisogno è proprio il silenzio, la campagna più ancora che confusa mi è sembrata ossessiva». Il prestigio del direttore dell'Istituto Mario Negri, **Silvio Garattini**, ne ha fatto in passato ambita «preda» per serate ed incontri elettorali: «Ma quest'anno nulla, nemmeno un invito - racconta il farmacologo - Inoltre, l'informazione è stata ge-

sita, mi pare, solo dalla stampa: se non li avessi letti sui giornali, neanche saprei i candidati del mio collegio. Quanto agli umori delle persone, credo che in giro ci sia molta intonazione per le risse continue, soprattutto televisive». Forse per avere impressioni diverse bisogna cambiare il punto di vista e sentire un osservatore attento, ma estremo. **Alain Wesmes** è il corrispondente da Piazza degli Affari per il più importante quotidiano economico francese, «Les Echos». Ahinoi, il giudizio è articolato, ma non molto diverso: «È una campagna fatta da uomini invisibili. E i candidati non si vedono semplicemente perché spesso non hanno nessun radicamento nei collegi, e così la politica è delegata ai leader in tv. La gente non è indifferente come sento dire in giro, ma certo neanche appassionata. Anche perché, forse, un'idea ormai molti se la sono fatta». Un'opinione non molto diversa da quella di una persona che il mercato finanziario lo «fa», l'amministratore delegato della Sim Comit, **Maurizio Pinardi**:

«Sento parlare di un'ampia fascia d'incerti e d'indecisi, ma ci credo fino a un certo punto. Dopo due anni di campagna elettorale, penso proprio che la gente un'idea se la sia fatta. Qualcuno ancora non sa cosa o chi votare? Si vede che deciderà sulla base del tempo - in senso meteorologico - di domenica. Anche perché adesso, riguardo a certi uomini e certi schieramenti - e su quello che hanno saputo fare - ne sappiamo effettivamente qualcosa di più...».

**Elio De Capitani**, uno dei rinnovatori del teatro milanese dal palcoscenico dell'Elfo, di campagna elettorale non vuol sentir parlare, ma per motivi ben diversi: «Non scherziamo su questo argomento, tutti a votare, della campagna parleremo dopo, magari incazzandoci. Ma votare Ulivo è la precondizione per continuare a parlare». Non c'è bisogno di tirare l'attore e regista per i capelli, perché subito riprende: «Certo, mi sembra che si vada perdendo quella che dovrebbe essere una dimensione importante della politica, che è il gusto, il divertimento, anche. Spiace poi vedere che temi fondamentali, alla base della nostra cultura e della nostra vita, siano stati una volta di più trascurati, non mi riferisco solo al teatro, parlo anche della danza, bistrattatissima. Comunque, subito dopo le elezioni vorrei davvero fondere partire una battaglia fondamentale, quella per Milano che ha promesso Walter Veltroni. Che si vinca o che si perda».

**1156mila al voto in 2.086 seggi Ancora giacenti 10mila certificati**

Larga 12, dove sarà possibile rinnovare la carta di identità. La distribuzione a domicilio dei certificati - secondo la responsabile del settore, dottoressa Francesca Della Porta - è stata ottimale. L'altra sera erano rimasti giacenti ancora 18.422, mentre nel pomeriggio di ieri erano scesi a circa 10mila. Un grande afflusso di gente, che si può forse considerare un segnale di interesse per queste elezioni. Invece si è dimostrato finora scarso il rientro di elettori residenti all'estero: restano tuttora giacenti 25.074 certificati di questi cittadini, mentre ne sono stati ritirati solamente 800.

La macchina elettorale del Comune è pronta a partire. Secondo i dati diffusi ieri gli aventi diritto al voto a Milano sono complessivamente 1.155.969, come sempre in maggioranza donne (621.114) contro 534.875 uomini. I giovani chiamati alle urne per la prima volta sono 4.020, ma tra loro prevalgono i maschi (2.074) contro 1.946 ragazze. I residenti all'estero sono quasi 26mila. Il comune è ripartito in 2.086 sezioni elettorali, in 481 sedi. Ventotto delle sezioni sono ospedaliere e altre 34 hanno seggi speciali in luoghi di cura o di detenzione. Chi non avesse ricevuto a domicilio il certificato elettorale si deve recare personalmente negli uffici di corso di Porta Romana 10, che resteranno aperti ininterrottamente per tutta la giornata di oggi (dalle 8,30 alle 19) e di domani dalle 7 alle 22. Lo stesso orario continuato è previsto per l'anagrafe centrale, in via

Tutti i presidenti e gli scrutatori sono stati nominati e i circa 2mila rinunciatari tutti sostituiti. La spesa complessiva per il Comune per queste consultazioni è stimata in circa 18 miliardi compresi i circa 150 milioni (che però non saranno rimborsati dallo stato) per il trasporto ai seggi degli elettori portatori di handicap. Per usufruire del servizio (che si avvale di taxi e alcuni furgoni attrezzati per invalidi sulle carrozze), gli handicappati possono telefonare al numero 33601672 o al 311530. Per loro sono stati allestiti anche alcuni seggi speciali, privi di barriere architettoniche.

## Poster, spot e titoli di coda

GIANCARLO ASCARI

■ Scorrono veloci i titoli di coda su questa campagna elettorale e, come al cinema, passano alcune immagini che ne fanno un rapido riassunto. Passano anche i nomi degli attori, degli autori, dei tecnici e di tutti coloro che vi hanno lavorato in questi giorni. A Milano pochi nomi sono rimasti nella memoria, quelli su cui i partiti hanno maggiormente puntato; come impone la legge del maggioritario tutto alla fine si concentra in un grappolo di teste di serie, mentre resta davvero poco spazio per gli outsider. Ma queste elezioni vanno anche ricordate per il loro stile, un po' sottotono rispetto ai fuochi d'artificio del '94, quando per la prima volta le armi del marketing si sono confrontate in modo massiccio con la politica. Sarà che il troppo stroppia, sarà che le campagne a tappeto costano; fatto sta che di spot, manifesti ed eventi speciali se ne sono visti davvero pochi. È inve-

ce e, «losa una miriade di piccole iniziative sul territorio, di incontri con le categorie, di banchetti ai mercati. Vediamo dunque chi e cosa è riuscito a colpire, magari da un secondo piano l'attenzione degli spettatori del film. Silvio Berlusconi: ormai più che un milanese è un'entità mistica, un'icona che procede ineluttabilmente verso un universo fantastico in cui Blade Runner si confonde con Roger Rabbit. Un mondo di cartoni animati un po' perversi alle prese con nemici terribili, feroci comunisti, giudici malvagi, capi di stato, Gatto Silvestro e Picchiarello. Su una cosa, comunque, Berlusconi ha fatto autocritica, e si è detto d'accordo con chi non apprezzava la sua perenne abbozzatura, dichiarando di non aver avuto il tempo di cambiare, sembra assurdo ma quando si hanno tante responsabilità capita anche questo».

Ma come si fa a fidarsi di uno che vuole cambiare la Repubblica e non riesce neanche a cambiare truccatore? Umberto Bossi ha dato il meglio di sé e, fedele al motto leninista per cui propaganda vuol dire molte idee per poche persone mentre agitazione significa poche idee per molte persone, si è agitato molto ribadendo pochi ma chiari concetti, Milano Padania, Roma ladrona, Milano Padania, Roma ladrona. Praticamente un telegramma senza testo e con solo il nome del mittente e dei destinatari. Il testo seguirà dopo le elezioni, forse Michele Salvati: si è rivelato una bella sorpresa. Un signore dall'aria colta e perbene che è riuscita a imporsi in pochi giorni, al punto di sbagliare per difetto di posti nella scelta del teatro in cui presentarsi agli elettori. Va soprattutto lodato per aver proposto nei suoi poster

un'immagine che non sembrava un santino ma la foto di un vivente. Ignazio La Russa: è riuscito addirittura ad entrare in competizione con se stesso. Ha talmente riempito la città di suoi manifesti nelle pose più varie, che alla fine sembrava un attore in cerca di scrittura. E speriamo che non ne trovi, così magari fa un corso di dizione e scopre che il suo tipo di recitazione è un tantino obsoleto. Armando Cossutta ha recitato da grande istrione il ruolo che gli è tanto caro, l'uomo di marmo: che stavolta deve riuscire a farsi perdonare alla grande per aver mandato in parlamento Tiziana Mariolo. La quale, in compagnia di Iva Zanicchi, Memo Remigi e Ombretta Colli, ha svelato la sua vera vocazione di reginetta della canzone italiana. Aldo Brandirali, invece, ci ha messo trent'anni a perdere una sillaba, ma alla fine è riuscito a passare in-