



◆ **Gustavo Selva (An) minaccia un autunno di fuoco in Parlamento**
«È un divieto antidemocratico»

◆ **Casini ammette che il problema esiste ma accusa il governo di mancanza di obiettività**

Il Polo alza le barricate «Bloccheremo la legge»

Centrodestra compatto contro la par condicio

ROMA Il Polo fa quadrato attorno a Berlusconi e annuncia un autunno caldo, anzi di «fuoco» in Parlamento. La dichiarazione di guerra viene dal presidente dei deputati di Alleanza nazionale, Gustavo Selva: «Il Polo impegnerà il massimo della «potenza di fuoco» politico-parlamentare per evitare l'approvazione della legge che vieta gli spot e la propaganda negli ultimi trenta giorni della campagna elettorale».

Dal centrodestra viene un coro unanime che parla di «punizione» e «vendetta» da parte della maggioranza dopo «la sconfitta elettorale». Il Cavaliere, in procinto di partire questa mattina per le Bermuda, aveva già rilasciato dure dichiarazioni l'altro ieri. Ora tocca ai suoi di Forza Italia ed agli alleati. È un cannoneggiamento a tutto campo. «La par condicio - osserva Selva - è un divieto antidemocratico che priva i cittadini dell'informazione nel periodo in cui più forte si esprime la loro domanda di conoscere programmi e uomini sottoposti al giudizio degli elettori». Poi, un nuovo duro attacco all'ex presidente della Repubblica, Scalfaro, definito dal capogruppo di An «padrino della par condicio, le cui azioni sono state sempre di parte». Ma ora il Polo annuncia «una grande battaglia di libertà», perché «non si ripetano errori». Scende di nuovo in campo anche il leader del Ccd, Pierre Casini per ribadire che i «veri problemi del paese sono altri: la disoccupazione, la criminalità, non la par condicio». «Non ci risulta - incalza Casini - che le priorità del governo coincidano con quelle degli italiani». Quindi, va giù durissimo nei confronti di una maggioranza bollata come «priva di idee e abbarbicata ai posti di potere». Per concludere che «se ci fosse serenità, si potrebbe, anzi si dovrebbe, parlare di par condicio, ma qui - sostiene il segretario del Ccd - c'è tutto salvo che obiettività e serenità».

Ancora più duro il vicepresidente dei deputati di An, Maurizio Gasparri, che parla di «una maggioranza priva di idee e numeri in Parlamento che si ricompatta soltanto nella ricorrente campagna di

fanatismo contro l'opposizione». Ma Gasparri va oltre fino a dire che «bisognerebbe fare immediatamente piazza pulita» in Rai «cacciando amministratori, direttori di testate, lacché di regime che ogni giorno producono spot di ore e ore in difesa di un governo che non ha risolto nessun problema agli italiani».

Interviene anche il vicepresidente della Camera e parlamentare di Fi, Alfredo Biondi che non usa mezzi termini. Biondi parla della par condicio come di «un espediente punitivo» messo in atto dai «falchi spennacchiati della sinistra che non sono alla ricerca di una misura equilibrata, ma vogliono solo colpire il Polo ed il suo leader Silvio Berlusconi». La par condicio per l'ex ministro della giustizia del governo Berlusconi è «un arma scagliata contro il Polo, colpevole del successo alle europee».

Intanto, l'associazione dei Librai difende lo spot per l'invito alla lettura dove appare anche il

«Che» e ricorda che fa parte di un programma patrocinato dalla Presidenza del Consiglio ai quali hanno aderito anche Rai e Mediaset. Il coordinatore nazionale di Forza Italia, Claudio Scajola, che aveva chiesto di ritirare quello spot per via del «Che», replica: «Prendo atto che per la stragrande maggioranza degli intellettuali italiani Che Guevara è un mito, ma io preferisco Dacia Maraini che non è certo una nostra simpatizzante». Scajola quindi chiude quella che definisce «una piccola provocazione» e scherza sul fatto che «tanta pubblicità si possa trasformare in uno spot allo spot». Ma Ernesto Guevara o Dacia Maraini a parte, sullo sfondo restano tutte le incertezze di un autunno che il Polo annuncia di «fuoco». E nello scontro su spot e par condicio, il rischio è che diventerà sempre più difficile parlare di riforme.

P. Sac.



Il leader del Polo Silvio Berlusconi con Pierferdinando Casini

Onrati/Ansa

L'INTERVISTA ■ LUCIO COLLETTI, parlamentare Forza Italia

«E Berlusconi diventerà un martire»

PAOLA SACCHI

ROMA «Il problema del conflitto di interessi esiste. Ma non riguarda solo Silvio Berlusconi. Ora però sembra proprio che una maggioranza sparpagliata e divisa lo voglia risolvere tagliando le misure sulla persona del capo dell'opposizione. Servono invece regole che siano soprattutto oggettive e spersonalizzate. Così, la maggioranza rischia un effetto boomerang».

Raggiunto telefonicamente nella quiete dell'Elba, il professor Lucio Colletti, parlamentare di Forza Italia, in un'intervista a «L'Unità», parla di par condicio e conflitto di interessi. Per poi tornare alla «calma e al riposo» dell'isola dove da tanti anni trascorre le vacanze, rifuggendo dal «frastuono dei luoghi affollati» del ferragosto, «preferisco stare qui, in questo parco con accesso al mare, come in una volta...».

Professor Colletti, ma intanto a Roma l'estate politica è riascesa ancora più torrida dal risplendere dello scontro su par condicio e conflitto di interessi...

«Nulla di nuovo. Sì ha l'impressione che ci sia innanzitutto un tentativo strumentale - anche se non dico che sia destituito di significato - per ricom-

porre una maggioranza molto sparpagliata e divisa. Detto questo, il problema che sembra più consistente è quello del conflitto di interessi. Credo che abbia ragione Sergio Romano quando fa rilevare che il problema si pone non solo nel caso che la persona oggetto del conflitto sia membro del governo ma anche nel caso che sia capo dell'opposizione. Ma corre l'obbligo di dire che la Camera ha votato all'unanimità un disegno di legge che sta dormendo nei cassetti del Senato e che la maggioranza sembra si sia decisa a riprendere in esame soltanto dopo i risultati deludenti delle europee e delle amministrative.

Oggi (ieri ndr) ho letto un'intervista a «Il Corriere della sera» di Pasquino dove vengono dette cose sacrosante e cioè che il problema non può essere personalizzato, riducendolo esclusivamente a Berlusconi. Ma esiste in mille direzioni: Pasquino fa anche il nome del nostro ministro degli esteri per via delle attività di sua moglie. Il problema si può porre e si doveva porre per i membri della famiglia Agnelli che hanno ricoperto pochi anni fa cariche di governo. Quindi, o si arriva a regolamentare

in modo sensato e spersonalizzato tutta la materia, altrimenti la maggioranza si tirerà addosso un terribile boomerang...»

«Addirittura?». «Sì, perché se l'opinione pubblica percepisce che sono misure prese per stroncare la persona di Berlusconi, ne

Il conflitto di interessi ma non riguarda solo il Cavaliere



farà un martire. Ripeto: il problema va affrontato con misure che si applicano a tutti i casi piuttosto numerosi in cui può aversi il conflitto di interessi. Quello di Mediaset è forse il problema più vistoso, ma solo il più vistoso. Certo, non si può pretendere che i partiti paghino i loro spot alle tv del capo dell'opposizione. Ma qui bisogna procedere con le regole più oggettive possibili, spersonalizzate rispetto al caso Berlusconi e che abbiano una portata

che interessa tutti gli innumerevoli casi di conflitto di interessi».

Per gli spot, lei è d'accordo sul fatto che siano vietati nei trenta giorni precedenti il voto? «La par condicio così com'è proposta e questo lo dice anche Pasquino - diventa una misura che chiude la bocca alla campagna elettorale. La televisione è il principale mezzo di informazione, sappiamo benissimo quanto pochi giornali siano venduti e letti in Italia. Se in campagna elettorale si mette a tacere la tv oppure si dà lo stesso spazio ai partiti che hanno il venti-venticinque per cento o lo zero e otto, si fa disinformazione. Insomma, io riconosco l'esistenza del problema ma non riconosco come giuste le proposte di soluzione che sono state avanzate finora».

Ma negli altri paesi europei pare che gli spot siano vietati prima delle elezioni...

«Io veramente non conosco quali siano le regole degli altri paesi. Ma leggendo anche la giusta osservazione che negli Stati Uniti sono consentiti persino gli spot che accusano personalmente l'avversario politico. Quindi, di fronte alla prospettiva di ritornare all'96, ad una campagna elettorale che sparisce dalle televisioni, il principale mezzo di informazione, di fronte al rischio che si torni a quelle misure in cui il movimento dei pensionati aveva le stesse finestre televisive di Forza Italia

e dei Ds, penso che bisogna studiare regole più giuste e più equilibrate».

Torniamo al conflitto di interessi. Chiusoluzioni propone?

«Ripeto: c'è una legge approvata alla Camera, anche da Forza Italia, e che dorme somni tranquilli da tempo in Senato, perché la maggioranza non aveva più interesse al conflitto di interessi. Adesso inopinatamente rispunta fuori questo interesse, allora cominciano a ritirare fuori la legge dai cassetti del Senato. Bisogna arrivare a regole che siano impersonali, non fatte come se uno avesse preso le misure di Silvio Berlusconi. Insisto: bisogna spersonalizzare la questione altrimenti apparirà come una vendetta. L'opinione pubblica non è sciocca, queste cose sono in grado di percepire. I primi ad essere danneggiati non saranno quindi né il Polo di centrodestra, né Silvio Berlusconi, ma i partiti della maggioranza».

Firmerà i referendum radicali? Giuliano Ferrara ha invitato Berlusconi a farlo. Ma c'è stato un bello scontro tra Pannella e il Cavaliere...

«Alcuni di questi referendum senza dubbio io li firmerò. Molti dei questi radicali considerati uno per uno sono sacrosanti. Ma quello che trovo inaccettabile politicamente è il metodo di Pannella cioè referendum a raffica».

IL CASO

Scajola (FI) scivola sul «Che», lo bacchetta anche Mondadori

Testimonianza inconsapevole di conflitto d'interessi. Protagonista il solerte coordinatore di Forza Italia, Claudio Scajola che, al primo annuncio di una possibile regolamentazione degli spot non ha trovato di meglio che accennarsi contro quelli proposti dal governo per pubblicizzare le iniziative di interesse pubblico di questo o quel ministero. O per condurre battaglie sociali contro l'Aids e a favore della lettura. Scajola, scegliendo d'impeto la linea «censura subito e segnalami mai», ha creduto di fare un favore al suo

datore di lavoro e leader. E ha chiesto che il presidente D'Alema in persona si adoperasse per sospendere subito lo spot predisposto dalla Presidenza del Consiglio per sollecitare alla lettura gli italiani che vanno in vacanza. Se lo scopo è nobile, il modo in cui è stato realizzato è inaccettabile perché nella parte terminale dello spot appare, distinguibile su tutti un libro con l'effigie di Che Guevara». Il fatto è che lo spot di regime contro cui si è scagliato Scajola è il risultato di una proficua collaborazione tra la presi-

denza del Consiglio e l'Associazione italiana editori, l'Associazione librai italiani e i cinque maggiori gruppi editoriali: De Agostini, Feltrinelli, Longanesi, Rizzoli ed anche il berlusconiano Mondadori. Conflitto in famiglia, dunque. Un'iniziativa bollata da chi vive con e per i libri come una «ben magra polemica» tanto più che «lo spot non è costato nulla al contribuente e non corrisponde al vero che l'immagine di Che Guevara spicca nel contesto promozionale». All'iniziativa, poi, hanno collaborato il ministero

della Pubblica Istruzione, la Rai e Mediaset... E riecco l'ombra di Berlusconi. Il povero Scajola deve aver ricevuto una bella strigliata se alla fine, correggendo il tiro, ha affermato che «al posto di Che Guevara avrei preferito la Marini, che non è certo una nostra simpatizzante». Solo che la scrittrice aveva già liquidato l'iniziativa come «una polemica pretestuosa e ridicola». Al coordinatore di Forza Italia non resta che chiedere che la polemica, quella che lui chiama «una piccola provocazione», venga chiusa altrimenti tanta

pubblicità rischia di trasformarsi in «uno spot allo spot». E prenderne atto che Che Guevara «per la stragrande maggioranza degli intellettuali italiani è un mito, che sventa addirittura sulle magliette. Sono anche convinto - ha aggiunto Scajola - che il fine dello spot è nobile, ledevole e benvenuto e bene fanno gli editori a combattere il fenomeno sempre più dilagante della disaffezione alla lettura». Gioco dell'estate: nella valigia di Scajola ci sarà l'ultimo libro della Maraini o uno dei Che?

M.Ci.

ABBONAMENTI A **l'Unità**

SCHEDA DI ADESIONE

Desidero abbonarmi a **l'Unità** alle seguenti condizioni

Periodo: 12 mesi 6 mesi

Numeri: 7 6 5 1 indicare il giorno.....

Nome..... Cognome.....

Via..... N°.....

Cap..... Località.....

Telefono..... Fax.....

Data di nascita..... Doc. d'identità n°.....

Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedirete all'indirizzo indicato

Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:

Carta Si Diners Club Mastercard American Express

Visa Eurocard Numero Carta.....

Firma Titolare..... Scadenza.....

I dati personali che vi fornisco saranno da voi utilizzati per l'invio del giornale e delle iniziative editoriali ad esso collegate. Il trattamento dei dati sarà effettuato nel pieno rispetto della legge sulla privacy (legge n. 675 del 31/12/96) che interdice per trattamento qualsiasi operazione svolta con o senza l'ausilio dei mezzi elettronici, concernente la raccolta, elaborazione, conservazione, comunicazione e diffusione dei dati personali. Pretro in base all'art. 13 della suddetta legge, esercitare il diritto di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei dati personali. Il titolare del trattamento è l'Unità Editrice Multimediale S.p.A. con sede in Roma, via Due Macelli, 23/13. Con il presente coupon esprimo il consenso al trattamento dei dati per le finalità previste.

Firma..... Data.....

Spedire per posta a: Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 00187 Roma, oppure inviare fax al numero: 06/69922588

l'Unità

DIRETTORE RESPONSABILE
Paolo Gambesca
VICE DIRETTORE VICARIO
Pietro Spataro
VICE DIRETTORE
Roberto Rosciani
CAPO REDATTORE CENTRALE
Maddalena Tulanti

L'UNITÀ EDITRICE
MULTIMEDIALE S.P.A.*
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE
Mario Lenzi
AMMINISTRATORE DELEGATO
Italo Prario
CONSIGLIERI
Giampaolo Angelucci
Francesco Riccio
Paolo Torresani
Carlo Trivelli

Direzione, Redazione, Amministrazione:
00187 Roma, Via dei Due Macelli 23/13
Tel. 06/699961, fax 06/6783555
02122 Milano, via Torino 48, tel. 02/802321
1041 Bruxelles, International Press Center
Boulevard Charlemagne 11/67 Tel. 0032-2850893
20045 Washington, D. C. National Press Building
529 14th Street N.W., tel. 001-202-6628907

Iscrizione al n. 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma. Quotidiano del Pds. Iscrizione come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Certificato n. 3408 del 10/12/1997

l'Unità

Servizio abbonamenti

Tariffe per l'Italia - Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4), n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6), n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7), n. 4 L. 350.000 (Euro 175,0), n. 3 L. 290.000 (Euro 145,0), n. 2 L. 240.000 (Euro 120,0), n. 1 L. 180.000 (Euro 90,0)

Semestrale: n. 7 L. 260.000 (Euro 144,6), n. 6 L. 260.000 (Euro 134,3), n. 5 L. 240.000 (Euro 123,9), n. 4 L. 210.000 (Euro 105,0), n. 3 L. 180.000 (Euro 90,0), n. 2 L. 150.000 (Euro 75,0), n. 1 L. 120.000 (Euro 60,0)

Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1), Semestrale: n. 7 L. 600.000 (Euro 309,9)

Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la scheda di adesione pubblicata quotidianamente sull'Unità via FAX al n. 06/69922588, oppure per posta a L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - Indirizzando: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titolari di carte di credito Diners Club, American Express, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicare il numero. Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carte di credito, l'opposto bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento.

Per informazioni, chiamare l'Ufficio Abbonati: tel. 06/69996170-471 - fax 06/69922588. Inoltre chiamando il seguente numero verde 167-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o lasciare messaggi ed essere richiamati.

Tariffe pubblicitarie

A mod. (mm. 45x30) Commerciale feriali L. 590.000 (Euro 304,7) - Sabato e festivi L. 730.000 (Euro 377)

Feriale	Festivo
Finestra 1° pag. 1° fascicolo: L. 5.650.000 (Euro 2.918)	L. 6.350.000 (Euro 3.279,5)
Finestra 1° pag. 2° fascicolo: L. 4.300.000 (Euro 2.220,9)	L. 5.100.000 (Euro 2.633,9)
Marchette di testata L. 4.060.000 (Euro 2.096,8)	
Redazionali: Feriali L. 995.000 (Euro 513,9) - Festivi L. 1.100.000 (Euro 568,1)	
Finanz. Legali/Concess. Aste/Appalti: Feriali L. 870.000 (Euro 449,3); Festivi L. 950.000 (Euro 490,6)	

Concessionaria per la pubblicità nazionale PK PUBBLICOMPASS S.p.A.
Direzione Generale Operativa: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271 - Telex 02/70103588

Arete di Vendita

Milano: via Giose Carducci, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 17/14 - Tel. 010/540184 - 56-78 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/255952 - Firenze: via De' Medici, 44 - Tel. 055/561192 - Roma: via Barberini, 86 - Tel. 06/4200991 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Cagliari: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7363111 - Palermo: via Lincoln 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6508411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305250

Pubblicità locale: P.I.M. PUBBLICITÀ ITALIANA MULTIMEDIA S.r.l.
Sede Legale e Presidenza: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271 - Telex 02/70001941
Direzione Generale Operativa: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271 - Telex 02/70103588

00198 ROMA - Via Salaria, 226 - Tel. 06/8335006 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271
40121 BOLOGNA - Via del Borgo, 85/A - Tel. 051/249939 50100 FIRENZE - Via Don Giovanni Minzoni 48 - Tel. 055/561277

Stampa in fac-simile:
Se-Be Roma - Via Carlo Presutti 130
Satim S.p.A. - Paderno Dugnano (MI) - S. Stalato dei Giovi, 137
STS S.p.A. - 95030 Catania - Strada 5° - 35
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

ACCETTAZIONE NECROLOGIE

DALLUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 167-865021 oppure inviando un fax al numero 06/69922588

IL SABATO E I FESTIVI dalle ore 15 alle 18

LADOMENICA dalle 17 alle 19 telefonando al numero verde 167-865020 oppure inviando un fax al numero 06/6992465

TARIFE: Necrologie (Annuncio, Trigesimo, Ringraziamento, Anniversario): L. 6.000 a parola. Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard.

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax, oltre al testo da pubblicare, indicare: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono. Chi desidera effettuare il pagamento con carta di credito dovrà indicare: il nome della carta, il numero e la data di scadenza.

N.B. Solo questo servizio è autorizzato alla ricezione delle necrologie. Non sono previste altre forme di prenotazione degli spazi.

RICHIESTA COPIE ARRETRATE

DALLUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 167-254188 oppure inviando un fax al numero 06/69922588

TARIFE: il doppio del prezzo di copertina per ogni copia richiesta.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo).

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono.

LE CONSEGNE saranno effettuate per spedizione postale. Eventuali richieste di consegna urgenti saranno effettuate tramite corriere a totale carico del richiedente.

N.B. Sono disponibili le copie dei 90 giorni precedenti il numero odierno.