



◆ **Il disegno di legge sulla par condicio approvato dal Consiglio dei ministri**
Critici i ministri Ronchi, Balbo e Piazza

◆ **La pubblicità politica a pagamento è vietata durante la campagna elettorale**
La differenza con i messaggi commerciali

◆ **Quindici giorni prima del voto non sarà più possibile diffondere sondaggi**
Nuove norme anche per i giornali

«Gli spot? Una violenza contro i cittadini»

D'Alema: Berlusconi non c'entra niente con le decisioni adottate

MARCELLA CIARNELLI

ROMA Mai più la politica trattata alla pari di un fustino di detersivo o un'automobile. Lo spot pubblicitario per «vendere» al telespettatore idee (molto spesso poche) e promesse (quelle sì molte) è destinato a scomparire per sempre se il disegno di legge sulla «par condicio» dovesse essere trasformato in legge nella stesura approvata ieri dal Consiglio dei ministri. Contenuti e motivazioni politiche dell'iniziativa del governo su questa materia sono state illustrate al termine della riunione dallo stesso presidente del Consiglio, Massimo D'Alema che ha colto l'occasione per proporre il bilancio dell'attività del suo governo. Poco più di nove mesi. Racchiusi in fascicoli densi di numeri e cifre. Dalle quali esce confermata la volontà riformatrice di questo governo e allo stesso tempo la necessità di arrivare ad una riorganizzazione dello stato sociale. Un governo che vuole far stare l'Italia in prima fila in Europa e nel mondo. In pace e quando, purtroppo, c'è la guerra.

Con il disegno di legge sulla «par condicio» l'esecutivo ha voluto dare una definitiva spallata all'anomalia tutta italiana di trattare la comunicazione politica alla stregua di quella commerciale. Effetto più che contenuti. «È inaccettabile che un cittadino impegnato a vedere un varietà televisivo, improvvisamente veda spuntare la mia faccia e si senta

PER I MINISTRI Vietati anche gli spazi informativi sull'attività del governo

dire "quant'è bello il mio partito". È un fatto non degnissimo di democrazia civile europea». Anzi, aggiunge lo spot hanno in sé «una certa dose di violenza» perché «entrano nelle case e vengono imposti ai telespettatori». Non è un modo di dialogare degno del dibattito politico, il rischio è quello «di una commercializzazione del messaggio politico che potrebbe portare a forme di rigetto». Ma per chi avrà voglia di farsi propaganda fuori della zona campagna elettorale ci sarà la possibilità di acquistare spazi televisivi per mandare in onda programmi autogestiti di informazione politica. A che servono e la capacità di incidenza di essi è tutta da verificare. E a proposito dell'ineadeguatezza del messaggio commerciale a quello politico D'Alema ha ricordato che «alla pubblicità commerciale si adattano norme come quella che proibisce la pubblicità ingannevole o come quella sulla pubblicità comparativa, che sono evidentemente inapplicabili alla comunicazione politica. Chi dovrebbe giudicare su un messaggio politico ingannevole? Giudicano gli elettori. Non si può tenere un giuri, come per la pubblicità commerciale».

Se il divieto di spot in nome del principio che un'emozione non si può interrompere, nemmeno in nome della politica, il disegno di legge sulla «par condicio» contiene tutta una serie di norme che dovrebbero portare un po' di regole nel far west televisivo che arriva al suo punto più alto di scontro durante le campagne elettorali. In tutto dieci articoli in cui trovano spazio anche le regole per la carta stampata e le sanzioni per i trasgressori. Obiettivo principale del disegno di legge è quello di favorire il corretto svolgimento della vita democratica, tutelando il diritto del cittadino ad essere informato in merito all'identità ed ai programmi dei partiti e dei partecipanti alla competizione elettorale. Ma tenendo presente la differenza che c'è tra «propaganda politica ed elettorale» e «pubblicità televisiva». La propaganda: sempre

LA NUOVA PAR CONDICIO

OBBIETTIVO
Garantire la parità di trattamento e l'imparzialità rispetto a tutti i soggetti politici

STOP AGLI SPOT
Gli spot politici saranno sempre vietati, non solo sotto le elezioni, ma tutto l'anno. Non sarà mai possibile interrompere programmi tv con inserzioni commerciali a pagamento di partiti politici

SPAZI DI INFORMAZIONE A PAGAMENTO
Possibili forme di informazione politica a pagamento in appositi "contenitori" su tutte le emittenti sino alla data di indizione dei comizi elettorali

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla data delle elezioni, la propaganda elettorale sulle emittenti radiotelevisive pubbliche e private è consentita soltanto se assicura un equilibrato confronto tra i candidati appartenenti a liste e a schieramenti diversi

SPAZI TELEVISIVI
Obbligatoria per la Rai
Gratuiti per le emittenti private che decidessero di prevederli

SONDAGGI
Vietato negli ultimi 15 giorni della campagna elettorale rendere pubblici e diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici degli elettori

SANZIONI: Previste sanzioni molto dure per i trasgressori. Le televisioni che trasmetteranno ugualmente spot rischiano l'oscuramento del segnale per 15 giorni

P&G Infograph

consentita, gratuita, vietata alle amministrazioni pubbliche, basata sul confronto tra diverse posizioni politiche. Gli spazi dedicati alla propaganda elettorale dovranno tener conto della rappresentatività delle diverse formazioni politiche «secondo i principi indicati dalla Commissione parlamentare di Vigilanza e dall'Autorità per le telecomunicazioni». Pubblicità a pagamento: vietata nel periodo elettorale dovrà essere trasmessa, quando possibile «in una sede distinta rispetto agli spot commerciali, senza interrompere programmi con una durata sufficiente alla compiuta esposizione delle posizioni. Per le tariffe il trattamento dovrà essere lo stesso per tutte le forze politiche. E usare gli spazi per denigrare il proprio avversario, in una singolare forma di pubblicità comparativa, è vietato. Vietata anche la diffusione dei sondaggi negli ultimi quindici giorni prima del voto. Negli altri periodi l'informazione dei risultati dovrà essere completa. Anche i giornali sono sottoposti a regole, anche se meno

restrittive, poiché l'impatto del mezzo è diverso. E l'informazione istituzionale, nel periodo di campagna elettorale, sarà vietata anch'essa. Chi viola la legge si vedrà sospendere la programmazione da un'ora a quindici giorni a seconda della gravità dell'iniziativa presa.

Il disegno di legge ha avuto un iter abbastanza rapido in Consiglio dei ministri, anche se i ministri Ronchi, Balbo e Piazza non hanno rinunciato a mettere sul tavolo le loro critiche. «Si tratta di un disegno di legge - ha detto D'Alema - in parlamento, quando verrà discusso ci sarà tutto il tempo per apportare modifiche». Che arriveranno a bizzeffe dal Polo visto che quello che il presidente del Consiglio definisce «un atto dovuto» da molti viene interpretato come un attacco al Cavaliere. «Berlusconi? Non c'entra niente sulle decisioni adottate» ricordando che della questione conflitto d'interessi, che è altra cosa rispetto al tema affrontato, «c'è all'esame del Parlamento uno specifico disegno di legge».

Veltroni: «Segnale positivo»

Pagliarini, Lega: bene, la politica non è televendita

ROMA Maggioranza compatta (o quasi) nel giudizio sul disegno di legge sulla «par condicio» licenziato dal Consiglio dei ministri nel quale qualche problema l'hanno posto i ministri Ronchi, Balbo e Piazza. Ma i politici dello schieramento che costituisce e appoggia la maggioranza sembrano tutti concordi sul fatto che il provvedimento fosse necessario. E su questa linea si ritrova anche la Lega che da tempo non concordava con le azioni del governo mentre il socialista Boselli non nasconde le sue «grandi riserve». «L'approvazione del disegno di legge sulla par condicio è un segnale molto positivo di ripresa di attenzione e di avvio a soluzione del delicato problema del rapporto tra televisione e politica: un rapporto che in tutti i Paesi democratici è regolato in modo rigoroso da leggi che garantiscono a tutti i competitori parità di condizioni nella battaglia politica» ha detto il segret-

ario Ds, Walter Veltroni assicurando il pieno appoggio del suo partito al governo quando il disegno di legge andrà in discussione in aula. «Con lo stesso spirito ispiratore del disegno di legge appena approvato - aggiunge Veltroni - bisognerà affrontare e risolvere una volta per tutte l'ormai annosa questione del conflitto d'interessi».

IL LEADER DEI DS
«Ora con lo stesso spirito affrontiamo la questione del conflitto d'interessi»

Improvvisamente ma sostenuto arriva l'appoggio della Lega. «È una proposta che condivido - ha detto l'onorevole Giancarlo Pagliarini, capogruppo leghista alla Camera - poiché la politica non si fa con gli spot in tv e vietarli è certamente un bene. La politica è pensiero, è idea, non è vendere una lavatrice



La conferenza stampa del governo ieri a Palazzo Chigi

Lepri/ Ap

L'INTERVISTA ■ ANTONIO MACCANICO, ministro per le Riforme

«Ma il Cavaliere resta un'anomalia»

CINZIA ROMANO

ROMA Prima la riunione del consiglio dei ministri, poi il lavoro al ministero fino a sera. Sarà anche l'ultimo giorno prima delle ferie, ma non è certo il modo migliore per festeggiare il compleanno. E le telefonate di auguri fanno piacere al ministro delle Riforme Antonio Maccanico che è molto soddisfatto del disegno di legge sulla par condicio. «È un testo organico, ben strutturato che mette ordine nell'informazione durante le campagne elettorali e referendarie e nella comunicazione politica: colma un vuoto che c'era. Si distingue nettamente tra propaganda elettorale e pubblicità politica. La propaganda elettorale viene fatta sola con contraddittori e confronti tra le parti: la pubblicità invece è quella a pagamento. Che non viene esclusa: si può fare fuori dal periodo elettorale e si dettano i criteri che non possono essere gli stessi che valgono per i detersivi».

Si, ma fare gli spot non durante la campagna elettorale, senza interrompere i programmi e in appositi spazi, deontologia molto la

loro forza e l'impatto sul pubblico...
«Ma non sono mica quelli che Costanzo chiama i consigli per gli acquisti. La comunicazione politica è un'altra cosa. Inoltre, il divieto di trasmettere gli spot durante il periodo elettorale è una norma che esiste in tutti i paesi europei. Non capisco perché in Italia desti tanto scandalo».

Nella maggioranza però c'era chi, come Verdi e Democratici, non voleva periodi di silenzio, ma anzi, spot uguali per tutti senza limitazioni.
«Sono due scuole di pensiero diverse. Non mi sembra che quella che abbiamo scelto si possa definire meno opportuna».

Forse non sarà meno opportuna, ma più restrittiva.
«Certo che è più restrittiva. Ma la comunicazione politica è diversa da quella commerciale. Durante il consiglio dei ministri è emerso tra l'altro il fatto che nell'ultima campagna elet-

torale, il diluvio di spot non si concilia con il tetto alle spese elettorali che abbiamo messo. Gli spot sono stati un modo per eludere il tetto di spesa, perché non vengono computati. Le perplessità di alcuni erano determinate più dai tempi: c'era chi consigliava di attendere ancora. Ma se queste norme

si varano a ridosso delle competizioni elettorali poi ci si espone alle critiche di cambiare le regole alla vigilia delle campagne elettorali.
Lei ha avuto dubbi e riserve?
«No, ho partecipato attivamente al lavoro preparatorio e mi sembra che il testo non prevede divieti, ma fissa le disposizioni per garantire parità di accesso alla comunicazione politica. Abbiamo eliminato l'attuale anarchia con un testo di civiltà politica e giuridica. Poi certo, il Parlamento potrà apportare le modifiche che riterrà più opportune».

Al Senato è ancora ferma la normativa conflitto di interessi. Il Polo dice che è per colpa della maggioranza, che non trovando un accordo ha preferito ripiegare sulla par condicio.
«Sono due questioni distinte. Le norme sulla par condicio varrebbero anche se non ci fosse Berlusconi. Per quel che riguarda il conflitto d'interessi, alla Camera è stato votato anche dal Polo, all'unanimità. E questo dimostra che non è una tematica campata in aria o arbitraria. Ora al Senato si discute di modifiche, di emendamenti, si vedrà».

E però in Italia, gira che ti rigira, si arriva sempre a Berlusconi. Vero che le leggi non si fanno per lui, ma è pur vero che lo riguardano quasi sempre
«Berlusconi non è solo un industriale, come può essere Agnelli o Benetton; lui si occupa, controlla mezzi di comunicazione di massa in regime di concessione. Questo pone problemi di incompatibilità, di ineleggibilità, non tanto di conflitto di interesse».

Esatto. Partiamo dal conflitto di interessi. Il testo della Camera li risolve con il blind trust. Ma se Berlusconi diventa presidente del consiglio e dà ad altri la ge-

stione del suo impero mediatico, non allontana da sé lo spettro di prendere provvedimenti che possono agevolare le sue aziende, anche se non sa più nel dettaglio come vengono amministrati.

«Però il problema di chi controlla mezzi di comunicazione di massa in concessione non si risolve con il capitolo conflitto d'interessi, ma con quello ineleggibilità e incompatibilità».
La legge in Italia c'è, dal '48, ma parla di titolari di società e non tiene conto di chi le controlla e ne è l'effettivo proprietario. Il governo vuole riformare questa legge?
«Non va però trattata nella legge sul conflitto d'interessi. La sede propria è o nella legge elettorale o riformando quella sulle incompatibilità. La scelta spetterà alla presidenza del consiglio. Si tratta di una materia molto delicata...».

Vista la piega che sta prendendo il dibattito, come ministro delle Riforme, non teme che la strada delle modifiche costituzionali diventi più difficile?
«Io ho fiducia che quando i problemi sono imposti in modo coerente, ed hanno un fondamento giusto, non bisogna avere paura dei conflitti. Sono per rapporti più aperti nei confronti delle opposizioni, ma non si può transigere sulle questioni di principio».

Lei parla di questioni di principio, ma per altri sono questioni di interessi...
«Mica mi spavento per questo. Comunque su questi, come su altri temi, più la maggioranza dà prova di compattezza, più è facile arrivare al dialogo e all'accordo con l'opposizione».
Secondo lei questa maggioranza è compatta?
«Se non ce l'ha adesso, deve trovare una sua compattezza. Eliminando l'eccessiva frammentazione, mettendo in atto processi di aggregazione, come mi sembra stia avvenendo. Il riformismo italiano ha tre componenti: quella socialista, dei democratici cattolici e della democrazia laica. Sarebbe già un grosso successo se queste tre componenti si mettessero insieme, in un rapporto molto stretto, per dare soggettività politica alla coalizione».

Ministro, alla vigilia del Duemila che riforme spera di poter annunciare al paese?
«Stiamo lavorando per l'assetto federale dello Stato. Abbiamo fatto passi avanti con l'elezione diretta dei presidenti delle Regioni, un secondo passo sarà per i presidenti delle Regioni a statuto speciale. Poi abbiamo in cantiere legge sull'ordinamento federale: vedremo in settembre se si potrà procedere rapidamente. Poi c'è il problema della legge elettorale e della forma di governo».