

◆ Si riapre lo scontro dopo gli spot televisivi di Forza Italia e di An contro il governo
Vita e Giulietti chiedono un vertice di maggioranza

Berlusconi a tutto spot I Ds: subito par condicio e conflitto d'interessi

Angius: «Superato ogni limite, roba da regime»
Polo e Mediaset difendono gli show tv del Cavaliere

MARCELLA CIARNELLI

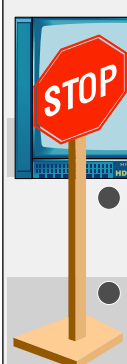
ROMA Harisparmato agli italiani solo un'esibizione vestito da Babbo Natale. Per il resto tutte le feste sono state punteggiate da apparizioni televisive di Silvio Berlusconi che ha invaso le sue reti (tanto il costo è quel che è) con spot all'insegna della bontà e delle promesse. Da mantenere se Forza Italia avrà la meglio. Sostituiti i libri intonsi con le palline luccicanti il Cavaliere ha dato una plateale dimostrazione di potenza, fornendo un esempio di quello che potrebbe combinare se rapidamente non si provvederà alla regolamentazione degli spot. Specialmente in campagna elettorale. Il leader di Forza Italia, generosamente, ha messo a disposizione i propri spazi anche ai suoi amici di Alleanza Nazionale che, non esperti in materia, li stanno utilizzando in modo molto più tradizionale, chiedendo agli italiani «di mandare il governo a casa». Finì non ce l'ha fatta a propinare banalità illuminata da un fascio di luce, modello stella cometa.

Tralasciando le esibizioni del Cavaliere, sulle quali si è inceppato perfino il piccone di Francesco Cossiga che ha preferito «stendere un velo...», il problema della par condicio riemerge con forza all'inizio del nuovo anno. Anche perché l'11 gennaio riprende la discussione sul testo già approvato al Senato, nella commissione Affari Costituzionali della Camera. I nodi da sciogliere non sono pochi. A cominciare dalla possibilità che non tutte le forze politiche che sorreggono la maggioranza, anche con l'astensione, potrebbero non ribadire questo comportamento in fase di voto. Socialisti, cossighiani, anche qualche verde potrebbero non rispondere all'appello. Col governo potrebbe schierarsi Rifondazione che su questo argomento è sensibile e che, pur avendo finora taciuto, sembra improbabile che faccia un favore a Berlusconi.

L'allarme dalle fila della maggioranza l'ha lanciato Giuseppe Giulietti, responsabile per la Comunicazione dei Ds. Preoccupazioni arrivano anche dal sottosegretario alle Comunicazioni Vincenzo Vita e dal capogruppo dei senatori diessini, Gavino Angius. «E assolutamente indispensabile che la maggioranza si riunisca al più presto per evitare quello che sarebbe un gravissimo errore politico: presentarsi in ordine sparso alla discussione in Aula a Monte-

IL TESTO APPROVATO DAL SENATO

- **IN CAMPAGNA ELETTORALE**
 - La propaganda a pagamento è ammessa sulle sole emittenti locali
 - I messaggi dovranno durare almeno 90 secondi e massimo 3 minuti
- Gli spot politici saranno rinchiusi in appositi contenitori per evitare che interrompano programmi o si mischino alle comunicazioni commerciali
- La propaganda non potrà occupare più del 25% della comunicazione politica, anche gratuita, prevista in palinsesto
- Le reti locali dovranno praticare ai partiti uno sconto del 50%
- La propaganda a pagamento è ammessa sulle reti nazionali solo per i comitati referendari o per i comitati del «No»
- **FUORI CAMPAGNA ELETTORALE**
 - Le reti nazionali potranno trasmettere propaganda a pagamento ma sempre dentro rigide gabbie
 - Alle radio di partito non è permesso trasmettere spot in prossimità del voto



citario sul disegno di legge sulla par condicio. È necessario -ha proseguito Giulietti- trovare una assoluta coesione su quello che rap-

presenta un elemento di trasparenza della vita democratica del nostro Paese». Confronto aperto, dunque, con il Trifoglio, la Lega Nord e Rifondazione «che in più occasioni hanno

dimostrato di avere un fortissimo interesse su questa materia». «Una priorità assoluta di questa fase politica è la par condicio» per il sottosegretario Vita. «Quanto sta accadendo in questi giorni -ha aggiunto- è la plateale dimostrazione della necessità di regolare al più presto il rapporto tra comunicazione e politica. Se è vero che non siamo in campagna elettorale, e quindi durante il periodo regolato dalla legge, certo non può sfuggire la sproporzione delle forze in campo».

Un'iniziativa concreta l'ha già presa il capogruppo Ds al Senato, Gavino Angius. Ha preso carta e penna ed ha scritto una lettera aperta ai capigruppo della maggioranza di Camera e Senato. «Non vi nascondo -ha scritto Angius- di essere rimasto sbigottito per aver assistito in questo periodo natalizio agli spot politico-pubblicitari del leader del Polo tra-

smessi dalle televisioni di cui è proprietario e, dunque, immagino a costo zero. Così non si può andare avanti. In nessun paese democratico il capo di un partito, anzi di uno schieramento politico che si candida a governare il Paese possiede e controlla tre reti televisive che usa a suo piacimento. Spot da regime rumeno -insiste Angius- a riprova che Berlusconi è davvero l'ultimo nostalgico del comunismo». La soluzione è nel fare presto le leggi sulla par condicio ed il conflitto d'interessi. Su questo punto insiste anche Giovanni Bianchi, deputato Popolare.

Opinioni molto diverse dalla parte opposta. Giulio Macerati, capogruppo di An al Senato, lancia l'allarme: «Si preparano al decreto». Il capogruppo di Forza Italia, Enrico La Loggia, ironizza: «Se questo è il modo per costruire il clima delle riforme...» e bolla Angius con significativi «illiberali, antidemocratici, uno che usa argomenti da comunista sovietico per criticare Berlusconi». Scende in campo anche Mediaset che puntualizza: «Invece di immaginare, il senatore Angius farebbe bene a documentarsi: chiunque voglia fare pubblicità politica sulle reti Mediaset deve pagare gli spot in anticipo o con fidejussione bancaria. Si tratta di un regime di pari condizioni di accesso e di prezzo riservati a tutti, come abbiamo già ripetuto più volte anche a esponenti del partito di Angius». Un giro più tortuoso, ma i soldi finiscono nelle solite tasche.



Una ripresa televisiva di un dibattito politico
Giambalvo/Ap

Quella propaganda tra calcio e quiz Quando Forza Italia «arruolava» calciatori e presentatori tv

ANTONELLA MARRONE

ROMA Chissà se il Cavaliere ci ha già pensato a mettere su una bella catena di fast food e self service chiamata «Bar Condicio». Non si può escludere. Servirebbe ad arrotondare lo stipendio (si sa, con l'inflazione voluta dai comunisti...) e a portare farsesamente la gente dalla «sua» parte. Pensate: un trancio di pizza, un toast e tutta la questione spot, incompatibilità, pubblicità, etc. viene messa alla berlina, bevendoci sopra. Non ci stupiremmo più di tanto: un uomo, uno stile. E Berlusconi ha il suo: potente libero, tutt'altro che selvaggio. Uno stile che punta dritto all'obiettivo senza mai prendere la strada principale. Il Cavaliere dei vittori dell'informazione (sarà per questo che non si è ancora buttato sull'autostrada dell'informazione?).

Avremmo dovuto capirlo già da quel ridicolo, incomprensibile manifesto pubblicitario con il faccione di un bambino alle prime parole (e armi elettorali), quel «Fozza Itaia» che avrebbe dovuto rappresentare (secondo alcuni improvvisati pubblicitari)

una spallata di incoraggiamento per la nazione un po' depressa e demotivata. E che invece, molto più funestamente, rappresentava il prodromo della «discesa» in campo del Cavaliere senza macchia ma con una gran paura dei comunisti. Non pago delle serate spese a cantichiarne sui vascelli da crociera, Berlusconi voleva ancora pubblico e gloria. Li raggiunse puntando sulla sua squadra che, compatta, per le elezioni del 1994 e per i referendum sulla legge Mammì, l'anno successivo, conquistò giochino dopo varietà, tg dopo partita, tutto il suo pubblico. Pubblico che, il Cavaliere ci tiene a ricordare: «ha fatto la terza media e non era neanche tra i primi della classe». Sfaccendati, squattrinati, poveracci che guardano le reti Mediaset insomma, ci giunge l'appello maschio e sincero di una grande squadra, il Milan, che si illumina compatto al cospetto del Dottore (come lo chiama Arrigo Sacchi): Baresi,

Capello, Massaro, uno dietro l'altro, colpiti inferti con rara scortesia ai tifosi milanisti che di Berlusconi non ne vogliono sapere. Ma intanto si fa campagna e la gente ascolta e ascolta il vecchio Mike, l'italiano «tipo», quello del banco vicino più somaro di te: «So per chi votare, per Berlusconi che ha fatto quello che ha promesso».

Va la ruota di Mike e intanto si fa campagna. Gli altri protestano? Molto prima di Celentano il Cavaliere, francamente, se n'è infischiato. Per lui lavorano fior di uffici legali pronti a scoprire il «bug» nascoste nelle leggi. «Tutto quello che non è normale e lecito», sentenza. E chi ha mai scritto che per legge Iva Zanichelli non possa gemere in Tv affinché un voto ingiusto ed insensato spazzi via le televisioni di un uomo, un benefattore, che procura di che vivere ogni giorno per decine e decine di famiglie? Esiste forse qualche norma che vieti a Raimondo Vianello di fare la sua dichiarazione di voto durante un innocuo show televisivo a base di litigi coniugali?

Il Milan compie 100 anni? Bene facciamo un grande evento e ricordiamo a chi ci guarda che in Italia c'è sempre da votare. Non

è mica campagna pubblicitaria! È Natale? quale migliore occasione per augurare buone feste a giovani, vecchi, uomini e donne di mezza età e nel frattempo insinuare nelle orecchie (a mo' di monito) l'abituale motivetto forzaitalota? Il Cavaliere delle strade sterrate: arriva di soppiatto nelle case degli italiani, fa finta che si parli di amore e invece è politica, fa girare una qualche ruota della fortuna e intanto ti ricorda che la domenica si vota e che cosa è meglio votare. E questa la campagna pubblicitaria di chi, ovviamente, non sa che farsene dello spot crudo e nudo, quando un intero esercito lavora alacramente per lui. Spot? Ma quali spot? I suoi sono comunicati pubblicitari, signori. E non gli si può dar torto (neanche Chelli ha potuto farlo): lui comunica e basta. Non è cattivo, è che lo disegnano così. Ovunque nel mondo sarebbe internato mentre, gaudente ed euforico, canta quell'orrido appello al cuore che batte e grida «Forza Italia!». In Italia no. Qui volano, d'estate, gli allegri aeroplani delle Libertà della flotta berlusconiana. In Italia, grazie alle reti Mediaset, la libertà è obbligatoria. E il comunicato pubblicitario solo prevenzione.

LEGGE ELETTORALE

Cossiga rilancia sul proporzionale

ROMA Francesco Cossiga cambia idea sul referendum e si dichiara contrario all'abolizione della quota proporzionale. All'ex presidente della Repubblica non dispiace una legge elettorale sulla falsariga di quella proposta da Bosselli - quota proporzionale ed elezione diretta del premier - e tesse le lodi di Forza Italia che punta a creare un partito di centro. In un'intervista, l'ex picconatore, su tangentopoli rilancia l'idea della «pacificazione» nazionale da ottenere anche con l'amnistia, perché se i finanziamenti «li ebbero tutti i partiti, la vicenda deve finire alla pari».

Le dichiarazioni di Cossiga

raccolgono il plauso di Forza Italia, il cui coordinatore, Claudio Scajola, le giudica «un'importante apertura di credito politico verso Berlusconi e potranno essere decisive in primavera», quando si voterà per le regionali. Opposte invece le reazioni delle forze referendarie, schierate per il maggioritario.

«Testi sacri di riforma elettorale non ce ne sono. Ma non si possono cambiare le opzioni di fondo: non vedo praticabile un ritorno alla proporzionale, sarebbe un'inversione a U alla quale non siamo disponibili», è la replica a Cossiga di Massimo Villone, relatore sulla riforma elettorale al Senato e presidente

della commissione. Nessuno spazio, dunque, per una «conversione a 180 gradi» che arriverebbe per di più alla vigilia di un referendum che indica una tendenza opposta dei cittadini. Il parlamentare referendario Peppino Calderisi mette in guardia dal pericolo di ingovernabilità provocato dal sistema proporzionale.

Il capogruppo del Ppi al Senato, Leopoldo Elia liquida come criptiche le dichiarazioni di Cossiga, mentre per Maurizio Gasparri di An, «prima della celebrazione del referendum è pretestuoso e velleitario pensare di poter dar vita a una nuova legge elettorale che, per quanto

ci riguarda, non potrà mai essere una legge di tipo proporzionale».

I Democratici, col capogruppo dei senatori, Andrea Papini, ribadiscono che bipolarismo e maggioritario sono gli obiettivi del partito dell'Asinello alla vigilia del confronto sulla riforma elettorale. «Noi aderiamo al referendum e siamo rimasti fedeli alla proposta che era nel programma elettorale dell'Ulivo». Per Marco Rizzo, coordinatore dei comunisti italiani, le dichiarazioni di Cossiga stupiscono per «tutte queste marce indietro. Ma più di tutto è pericoloso vedere il risorgere di tentazioni di restaurazione politica».

Lunedì

LIBRI, GIORNALI, TV, CD, INTERNET E DINTORNI

media

In edicola con **l'Unità**

consiag

BANDO DI GARA PER ESTRATTO

Il Consiag, Consorzio Intercomunale Acqua, Gas e Pubblici Servizi - Via F. Targetti n. 26, 59100 Prato - Tel. 0574/4571 - Telefax 0574/457421 - <http://www.Consiag.it>, indice licitazione privata per l'appalto dei lavori di estensione della rete idrica e del gas nelle Vie Castelletti e Beccheria, metanizzazione e sostituzione della rete idrica in Via degli Arrighi e nella frazione di Lecore nel Comune di Signa.

Importo a base d'appalto: L. 2.230.000.000 pari a euro 1.151.698,88, oltre a L. 113.400.000 pari a euro 58.566,21 non soggetto a ribasso d'asta per oneri della sicurezza sui cantieri, finanziato con mezzi di bilancio.

Iscrizione A.N.C. Cat. G. 6 fino a L. 3.000.000.000.

Data di scadenza delle domande **26 gennaio 2000**.

Il bando integrale, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 302 del 27.12.1999, è reperibile presso il Servizio Approvvigionamenti del Consiag.

Il Presidente
(Daniele Panerati)

Il Direttore
(Dr. Ing. Claudio Morosi)

La sinistra, rivista.

in edicola da oggi fino a venerdì 7 gennaio con il manifesto* e con 5.000 lire.

In questo numero:

Castellina Una lettura di Seattle
Rossanda Bertinotti, Tortorella Liberismo all'italiana
Sasso, Vertecchi La questione scuola
Santomassimo Giri di Walter

e inoltre articoli e inchieste di:
Bellofiore, Tariq Ali, Cremaschi, Giordano, Gasperoni, Cangemi, Boghetta, Gentilioni, Schettini, Pugliese, Cristiano, Cavaliaro, Altwater, Fontana

la rivista
Rimocchiamoci le idee.

* il manifesto + la rivista 5000 lire; il manifesto 1800 lire

