

Simone Collini

ROMA Aeroplani di Forza Italia che volano a bassa quota nei cieli cittadini, telemarketing, sondaggi telefonici e materiale vario spedito alle famiglie in quantità massicce, cartelloni formato sei per tre (metri) che giganteggiano nelle vie del centro e manifesti (abusivi) che tappezzano le strade suburbane. Per la campagna elettorale delle amministrative il Polo non sta badando a spese. Il fenomeno non è nuovo, ma ogni volta colpisce il divario tra le risorse economiche investite dal centrodestra e quelle a disposizione dei candidati del centrosinistra. Questa volta colpisce ancora di più perché, da una parte, la destra minimizza o esclude la valenza politica dell'appuntamento. Ma dall'altra, in alcune zone d'Italia starebbe spendendo addirittura più di quanto fatto per la campagna che ha portato al governo Berlusconi.

In questo quadro generale, che unisce le regionali del Friuli Venezia Giulia alle provinciali della Sicilia, spicca poi il caso della Provincia di Roma, dove il presidente uscente e candidato del Polo Silvano Moffa ha avviato a ridosso dell'apertura della campagna elettorale una campagna di «comunicazione istituzionale» che è costata alle casse di Palazzo Valentini (e quindi alle tasche dei contribuenti) oltre 175mila euro. È stato fatto per rispettare il diritto-dovere dell'amministrazione di rendere nota l'attività svolta, sostiene Moffa. È stato un modo per pagarsi con i soldi pubblici una parte di campagna elettorale, accusano invece i Ds, che hanno deciso di ricorrere alla Corte dei Conti per accertare eventuali irregolarità. Al di là delle differenti versioni, i fatti sono questi: con delibera del 19 febbraio 2003, la giunta provinciale approva «L'arte di essere Provincia», che prevede la proiezione di spot di un minuto nei cinema della capitale: costo, 36mila euro. Il 12 marzo, la giunta approva un'altra campagna: mille manifesti di varie dimensioni (compresi i sei per tre) da affiggere sulle strade, sulla fiancata degli autobus, nelle fermate della metro (vengono utilizzati anche impianti retroilluminati): spesa complessiva, 141.744 euro. Il tutto quando inizieranno a comparire anche i cartelloni e i manifesti elettorali veri e propri, stampati con colori e caratteristiche molto simili a quelli della Provincia.

Roberto Moffa, coordinatore del comitato elettorale (nonché fratello) di Moffa (Silvano), respinge ogni accusa di strumentalizzazione: «Fino al 26 maggio questa amministrazione governa la Provincia e quindi bisogna infor-

Spot nei cinema  
La giunta provinciale  
impegna 36.000 euro  
il 19 febbraio, proprio  
a ridosso delle  
elezioni

“ Aerei, cene, incontri, cinema affittati, depliant porta a porta. La campagna elettorale del presidente della Provincia Moffa? Facciamo i conti

Elezioni  
Amministrative  
2003

175.000 euro della provincia per la «campagna istituzionale», 141.744 per le gigantografie. Altri 50.000 dal comitato più quel che spendono i partiti

## Elezioni, il Polo non bada a spese

Anche perché i soldi, spesso, sono pubblici. Come, denunciano i Ds, avviene a Roma



### SEM(O)STRO EUROPEO

Il ministro per le Politiche comunitarie, Rocco Buttiglione, si è lamentato del fatto che l'opposizione ha «gettato delle ombre» sull'imminente semestre di presidenza italiana dell'Unione allo scopo di «screditare all'estero il paese».

La preoccupazione di Buttiglione è legittima e sacrosanta. Tuttavia, il ministro può stare tranquillo perché c'è già, nella Casa delle Libertà, chi ha provveduto a neutralizzare le «ombre» che lo hanno fatto incupire. In quel di Messina, dove si vota per il Comune e la Provincia, il capogruppo di An al Senato, Domenico Nania, ha trovato chi

Se Messina è  
il centro del mondo

risolverà le sorti del Paese. Si tratta del candidato del centro-destra alla carica di sindaco. Nel presentarlo, il sen. Nania ha detto: «Il sindaco è il leader di una coalizione in grado di portare Messina al centro del mondo». Sì, ha detto «mondo». Ministro Buttiglione, se Messina sarà al «centro del mondo», vedrà che ci sarà, più modestamente, qualche speranza anche per l'Italia in Europa.

P.S.: dimenticavamo, il candidato sindaco si chiama Buzzanca. Ma non è il comico.  
Sergio Sergi

Una strada di Roma tappezzata dai manifesti elettorali di Forza Italia  
M.Brambatti/Ansa

### agenda elettorale

- Quanto costa un voto? In Campania si sa: alle prossime amministrative la tariffa è 50 euro. Prezzo raddoppiato rispetto alla tornata scorsa (allora erano 50.000 lire), ma questa volta i trafficanti di questa merce anomala sono giustificati. Infatti hanno bisogno di fare un investimento, il videotelefono di terza generazione, l'Umts, che il votante prezzolato dovrà usare in cabina per dimostrare il voto avvenuto.
- Voto a Salve. Impossibile sbagliarsi nel votare a Salve, paese di 5.000 abitanti in provincia di Lecce. Si presenta infatti un solo candidato, il sindaco uscente, e una sola lista che raggruppa An, Udc e Forza Italia. Unica incognita, il quorum. Se il 50% degli aventi diritto non andrà a votare, si ricomincerà da capo.
- Provola o nocchie? I due candidati a sindaco di Ucria, in provincia di Messina, si sfidano a colpi di prodotti tipici. La provola di Floresta o i torrioni fatti con le nocchie nostrane? Di qui derivano programmi e progetti contrapposti per lanciare il turismo e l'agricoltura.
- Friuli, Guerra di borse. Stavolta la candidata alla regione non c'entra. L'assessore leghista all'edilizia, Federica Seganti, distribuisce dal negozio della moglie del sindaco di Trieste una borsa di nylon con il suo volto, l'indirizzo internet e lo slogan «costruiamo il futuro insieme». L'assessore all'ambiente di An Paolo Ciani risponde con borse di tessuto-non-tessuto ovviamente azzurre, piene di caramelle alla frutta con indirizzo internet del sito elettorale e lo slogan «La politica siamo tutti noi. Fare politica significa mettersi in ascolto delle necessità». La candidata Guerra, invece, regala bottiglie di acqua minerale con un'etichetta loquace: «Dopo il vino della pace, il Friuli produrrebbe anche l'acqua della Guerra».
- Avanti o popolo. Bandiera rossa fa venire l'orticaria a Berlusconi? I Comunisti italiani di Treviso ne faranno la colonna sonora della loro campagna elettorale. Il furgone dei Pdc che gira per i quartieri trevigiani la suona a decibel spiegati. Sia perché infastidisca il premier e i suoi, ma anche perché «Bandiera rossa piace poco a Berlusconi perché parla di riscossa e libertà per gli oppressi e i diseredati».

mare i cittadini di quelli che sono i servizi dati e le attività svolte», dice. E aggiunge: «Una amministrazione ha il diritto di esistere indipendentemente dalle elezioni». Al tempo stesso precisa però che non è stata infranta la legge che regola l'utilizzo della comunicazione istituzionale (vietata, salvo casi di eccezionale gravità) durante il periodo di campagna elettorale: «I manifesti amministrativi sono finiti, come pubblicazione, una settimana prima della presentazione delle liste». Ma la vera sorpresa arriva quando risponde alla domanda su quanto è stato speso finora per le affissioni a Roma e

provincia: «In verità molto, molto poco. Al momento credo che non abbiamo superato neanche i 50mila euro». Una cifra che a dire il vero è molto bassa, incredibilmente bassa, che è addirittura inferiore a quanto

speso per la copertura delle sole linee metro (50.880 euro) per la campagna istituzionale approvata con delibera del 12 marzo. Dice Moffa (Roberto): «Questa cifra riguarda comunque solo il comitato specifico "per Moffa". I singoli partiti, poi, non saprei dire quanto stanno spendendo».

Già, perché c'è anche questo nelle amministrative, regolate con una legge elettorale fatta di un misto di maggioritario (per i candidati presidente o sindaco) e proporzionale (per le liste). Ogni partito, ma anche ogni candidato, non solo può investire di proprio, ma può farlo in modo indefinito, perché a differenza di quanto avviene per le elezioni politiche, in questo caso non ci sono tetti che non possono essere superati. E allora è difficile sapere quanto ha speso Forza Italia per far girare nei cieli di Roma e di Udine aerei trainanti striscioni propagandistici (a Udine, tra l'altro, per la convention forzista della scorsa settimana, il Palasport Carnera è stato non solo affittato, ma anche trasformato, perché seggiolini azzurri hanno preso il posto di quelli originali arancioni). O quanto spende il centrodestra a Massa nelle numerose cene elettorali. O quanto sono costati i sondaggi telefonici del comitato Hullweck di Vicenza, o le spedizioni alle famiglie del Friuli Venezia Giulia della sintesi del programma di governo della leghista Alessandra Guerra. Sono solo voci di corridoio quelle che arrivano in questi giorni a chi lavora per sostenere i candidati dell'Ulivo. Voci secondo le quali il centrodestra sta investendo cifre tre, quattro, cinque volte superiori rispetto a quelle sostenute dal centrosinistra. Una verifica possibile? Potrebbe bastare farsi una passeggiata per le vie delle città chiamate alle urne.

A Udine tutti i sedili arancioni del Palasport Carnera sono diventati azzurri. A che prezzo?

Le elezioni del 25 maggio possono avere rilievo nazionale. Vi sono aspetti di indubbio interesse. Per esempio, se in Sicilia si possa delineare qualche contro-tendenza all'assoluto prevalere del centro-destra. Ma è al Nord che ne possono derivare conseguenze significative, soprattutto per il risultato della Lega.

Si vota in qualche comune dell'hinterland milanese; a Brescia e a Sondrio, zone d'insediamento del Carroccio; e in Friuli, dove la Lega ha imposto la sua candidatura, con rottura nella coalizione, per sanare le quali lo stesso presidente del consiglio ha portato a Udine il suo prorompente eloquio. La Lega non può rischiare un insuccesso, in un momento di difficoltà. La sua presenza al governo è scarsa di risultati. La legge che porta, oltre a quello di Fini, il nome del suo leader, non ha certo risolto il problema degli immigrati, neanche attraverso quella che ha aspetti di un'ampia sanatoria. Castelli, alla giustizia, fa la guardia armata delle controversie di Berlusconi. Maroni è alle prese con la questione delle pensioni, importante per l'elettorato leghista. La devolution, cardine del programma di governo per la Lega, è ferma. Bossi ministro delle riforme non ha potuto usarla efficacemente come risultato conseguito, ma solo come strumento di polemica: polemica soprattutto con gli alleati di governo, circa i quali ha avanzato a Pontida il confronto con Penelope: lui lavora di giorno a tessere quella de-

volution che La Loggia gli disfa di notte. La Lega ha bisogno di un risultato positivo. Per questo corre sovente da sola al primo turno; ne abbisogna più dei suoi alleati. Sul versante opposto, il centro-sinistra è fin troppo ottimista. Anche questo giornale ha scritto di Berlusconi: «le prossime elezioni amministrative lo interessano fino a un certo punto. Conosce i sondaggi e sa che la Casa

delle Libertà non andrà bene. Scommette sulle elezioni europee del 2004» (10 maggio). Può essere; ma l'eccesso di ottimismo può comportare un rischio per il centro-sinistra. Lo scorso anno vi era una diffusa preoccupazione, vi fu quindi molto impegno, buone scelte per i candidati sindaci; e, alla fine, un esito positivo. Un eccesso di sicurezza, la convinzione che i risultati saranno buoni,

## Sinistra, attenta all'ottimismo

Giorgi Galli



potrebbe indurre a un minore impegno, mentre nelle ultime settimane si sono delineate, mi pare, un paio di tendenze non positive.

La prima è un'attenuazione dei comportamenti collettivi che avevano portato l'anno scorso a mobilitazioni proprio prima del voto di maggio; e vi sono segni di delusione nel vasto movimento per la pace, dopo la conclusione (almeno temporanea) della vicenda irachena.

La seconda tendenza da prendere in considerazione sono le polemiche attorno al rapporto tra potere politico e grandi imprese: le vicende della Sme, della Telecom, le difficoltà della Fiat, richiamano al ricordo dell'elettorato di sinistra le vicende della cosiddetta prima repubblica. Al di là della corruzione e dei processi, la politica economica dei vari governi aveva favorito grandi gruppi dai risultati discutibili. La Fiat, la

più favorita, ha avuto gli esiti che ora sono emersi, pur se le difficoltà si possono forse ancora superare. Berlusconi è stato molto aiutato per creare il suo impero mediatico. Ma è stato molto aiutato anche De Benedetti, pur con esiti non brillanti, come alla Olivetti.

Politica dei vari governi, certo. Ma sovente avallata anche dall'opposizione di una sinistra, il cui elettorato non ne ha un buon ricordo, rimmesso nelle scorse settimane con gli stessi nomi: Agnelli (Umberto), presente e parlante alla Confindustria, la cui attuale linea è ben nota: Berlusconi, De Benedetti, lo stesso Prodi della presidenza dell'Iri. Va tenuto presente che queste rievocazioni possono incidere su un elettorato ancora tentato dall'astensionismo elettorale, che spesso decide dei risultati. Vi è stato un astensionismo di sinistra che ha pesato sulle elezioni politiche di due anni fa. Vi è stato un astensionismo del centro-destra che ha influito sulle amministrative dello scorso anno (nelle quali il centro-sinistra non ha recuperato in termini di cifre assolute). Vi è - a proposito di astensionismo - quello proposto dall'Ulivo per il referendum del 15 giugno. In conclusione, se il centro-sinistra appare in vantaggio per il 25 maggio, i rischi non mancano. Comunque sia, e anche a proposito delle conseguenze del voto sulla devolution, dopo elezioni e referendum permangono per il centro-sinistra l'opportunità di porre il problema delle città metropolitane. Se ne riparerà.

### il caso

## Il Tg5, lo stipendio di Mentana e le ambizioni di Rossella

Come schierare le tv in caso di elezioni anticipate? Berlusconi ci sta pensando. Sulla Rai è difficile tirare ancora la corda, ma Mediaset è roba di casa... È in questo quadro che la notizia che non è stato ancora rinnovato il contratto per le consulenze «in ditta» di Enrico Mentana (in scadenza fra un mese) corre di bocca in bocca. Non dovrebbe essere in discussione il contratto da direttore, ma il suo cachet complessivo: un paio di anni

fa, infatti, Mentana aveva avuto un'offerta da capogiro per passare a La7 (quando la nuova tv si preparava a entrare sul mercato come terzo polo tv), ma Mediaset aveva rilanciato per non lasciarlo scappare. Gli aveva offerto una serie di consulenze - con Tg.Com, per esempio - ma a tempo determinato (così come biennale sarebbe stato il contratto La7). Ora siamo al rinnovo... che non arriva. Si legge di «difficili relazioni con il Tg5», in realtà fin

dall'inizio della sua avventura Enrico Mentana inventò per il nuovo tg (che è una sua creatura) una formula che lo svincolasse da obblighi politico-aziendali: inventò il tg di cronaca, dove la politica faceva capolino solo in casi estremi, rispondendo invece a un gusto nazionale-popolare che sulla carta stampata aveva avuto successo nei giornali della sera. Oggi, però, la formula è in fotocopia in tutti i tg: è il modo per glissare sulle polemiche nel Polo, per attutire le cattive notizie economiche, per trasformare in noioso bla-bla la politica. Il Tg5 non è diverso dagli altri. La presenza a Mediaset di Mentana, come di Maurizio Costanzo o di Antonio Ricci è sempre stata sbandierata dal premier come prova della sua liberalità, del fatto che nelle sue tv non c'è censura e c'è posto per tutti. Anche

se spesso le loro trasmissioni si sono trasformate nel terreno privilegiato per la sua campagna (dal patto con gli italiani in replica al Costanzo show, agli omissis del Tg5, alle manganellate di Striscia). Una convivenza sul filo di lana, oggi più evidente perché il Tg5 è l'unico che, bene o male, dà le notizie (un esempio tra tanti: alle recenti accuse di Berlusconi alla sinistra, Mentana ha offerto spazio per la replica di Fassino). Rupert Murdoch aveva indicato proprio Mentana come direttore delle news di Sky Italia, ma l'affare non si è concluso, si dice per ragioni di soldi. E sui soldi starebbe tirando la corda ora Mediaset, mentre nei corridoi dell'impero - dalle tv alla carta stampata - riprendono fiato le voci: c'è già un candidato per il Tg5, Carlo Rossella, ora alla guida di «Panorama». s.g.