

ROMA «È una sfida ineludibile». È delle liste uniche che Pier Ferdinando Casini parla, nel tradizionale incontro di fine anno con la stampa parlamentare. Esplicitamente da «politico», oltre che da presidente della Camera sensibile al processo di «maturazione del bipolarismo italiano». Il riferimento è plurale, quindi tanto all'iniziativa promossa da Romano Prodi quanto al tentativo di imitazione di Silvio Berlusconi. Ma proprio perché «politica», la riflessione di Casini (la cui propensione per le liste unitarie non è propriamente una novità) non ignora certo la divaricazione ultima tra il Prodi che fa proprio l'impegno di Ds, Margherita, Sdi e Repubblicani europei, e il Berlusconi che archivia la pratica nel centro-destra.

La partita si riapre, da quella parte? È possibile, anche se le prime reazioni non sembrano offrire molti spiragli. «Peccato», sospira Sandro Bondi. «Ora mi sembra tardi poter riacchiuffare in extremis questa prospettiva», aggiunge il coordinatore di Forza Italia con tono rassegnato, senza però rinunciare a porre l'accento sulla possibilità di «segnali nuovi e inequivocabili da parte, principalmente, dell'Udc». Dalla doppia interpretazione, però. L'una polemica, se non propagandistica, perché scarica sull'Udc, il partito di cui Casini è nume tutelare, la responsabilità di aver fatto fallire «un progetto politico nobile e alto». L'altra preoccupata per la critica implicita del presidente della Camera alla scarsa determinazione politica di Berlusconi e alla eccessiva fretta di schierare Forza Italia alla conquista del primato elettorale, scaricando sugli stessi alleati scelte dirimpenti come quelle dell'accorpamento delle elezioni europee ed amministrative e della nomina della par condicio. Una chiave di lettura confermata da Roberto Calderoli, disinteressato sul piano elettorale perché è sempre stato scontato che la Lega corra da sola, ma particolarmente attento a tutto ciò che può spostare l'asse tra Berlusconi e Bossi: «Casini se n'è uscito con la lista unica proprio perché Berlusconi ha fatto sapere che ormai i giochi sono chiusi».

Per quanto Calderoli si diverta a tratteggiare gli esponenti dell'Udc come «dei Qui-Quo-Qua», è difficile credere che, volendo, Casini non riesca a convincere Marco Follini. Né al segretario dell'Udc che si rivolge, quando sottolinea che non ci sarà il «colpo d'ala» che fa decollare il bipolarismo italiano «se i partiti non usciranno dal loro particolarismo e dalla rivendicazione di un loro decimale di rappresentanza in più». Semmai, quella del presidente della Camera, appare una via diversa per innescare la stessa competizione al centro dello schieramento di maggioranza che l'Udc affida alla presenza di una lista esplicitamente moderata rispetto alle estremizzazioni populiste di Forza Italia. A voler essere maliziosi si potrebbe osservare che una successione di Casini a Berlusconi sarebbe più semplice all'interno di uno stesso agglomerato politico saldamente ancorato al Partito popolare europeo, tanto più che, su questo fronte, sarebbe Casini a sdoganare Gianfranco Fini. Ma neppure que-

“ Il presidente della Camera sembra riaprire il discorso che il premier ha chiuso appena l'altro ieri. Bondi laconico: troppo tardi ”



D'accordo con Pera sull'informazione «Decisiva per la democrazia» Anche su questo il capo del governo sta su un'altra sponda ”

## A Casini piace la lista unica

Ma a Berlusconi no. E sulle riforme dice: «Si fanno con il consenso dell'opposizione»



Enzo Iacopino, della Stampa Parlamentare con il Presidente della Camera Pierferdinando Casini  
Foto di U. Battaglia/Ag

## Freccero: sarà dittatura dell'etere

«Questo accadrà se il premier cambierà la par condicio. Ma potrebbe anche avere un effetto boomerang...»

Caterina Perniconi

ROMA Lui, Raiuno. Raidue: ancora lui. Idem col tre. Sulle reti Mediaset è già una realtà. Non si sono scaricate le batterie del telecomando: è solo l'invasione degli spot elettorali di Berlusconi dopo l'eventuale modifica, tanto voluta dal premier, della legge sulla par condicio. Se i propositi del capo del governo saranno messi nero su bianco dai suoi più fidi collaboratori, i messaggi di propaganda elettorale verranno controllati da chi ha più voti e più soldi. Che nello specifico è lo stesso Berlusconi. Infatti, la nuova norma dovrebbe abolire la regola vigente che impone alle televisioni pubbliche e private di trasmettere solo spot elettorali autogestiti e gratuiti. Aprendo di fatto una mera commercializzazione della comunicazione politica, per cui chi ha più risorse compra più spazi e va più volte in video. Con l'aggravante che Berlusconi possiede già tre televisioni, e

quindi usufruirebbe di spot sostanzialmente gratuiti. Un corto circuito. L'azienda partita di Berlusconi che paga la sua azienda mediatica (Mediaset) e pubblicitaria (Publitalia), attraverso le quali si rifinanzia.

Ma non solo: il premier avrebbe intenzione d'introdurre una clausola secondo cui chi nella precedente tornata elettorale ha ottenuto più consensi (ovvero lui stesso), proporzionalmente avrà maggior possibilità di trasmettere messaggi di propaganda politica. Quando in un paese democratico maggioranza e minoranza dovrebbero godere delle stesse opportunità.

Inoltre i partiti, Forza Italia in primis, potranno avvalersi della possibilità di comparazione, cioè usufruire degli spazi assegnati per fare arbitrari paragoni con gli avversari, senza alcun controllo. «Così apparirà in modo lapalissiano che la comunicazione politica si trasforma in sistema propagandistico pubblicitario - afferma Carlo Freccero, ex direttore di Raidue e docente di Comunicazione dell'Uni-

versità Roma Tre - ma se ogni 15 minuti c'è uno spot di Berlusconi, e per l'opposizione ne passa uno su tre, la gente potrebbe anche farsi delle domande, e scattare un effetto boomerang». Secondo Freccero, «anche le persone con minor sensibilità mediatica si accorgono di questa massiccia occupazione dell'etere, figlia di un evidente conflitto d'interessi». Perché la pubblicità lavora a livello subliminale, ma il suo eccesso può innescare meccanismi imprevedibili e addirittura opposti. «I canali tv assomigliano ai viali delle grandi città, quando nel 2001 furono coperti dalle affissioni giganti che dominavano il paesaggio urbano», continua Freccero.

E anche i talk show politici perderanno significato. «Già adesso ci sono Porta a Porta di Bruno Vespa, il Costanzo show, l'Alieno su Italia 1, Taradash su Rete4 e Ferrara su La7 a trainare il carrarmato mediatico targato Berlusconi. Se la situazione si aggrava, non avrà più senso nemmeno tentare di costruire trasmissio-

ni come Ballard». Anche perché il premier non accetterà (come nella scorsa campagna elettorale), di confrontarsi faccia a faccia con il candidato dello schieramento concorrente, ma delegherà il compito ai suoi spot. Senza rischiare uno scivolone come quello in cui è incappato nel 1996, a tu per tu con Prodi, davanti alle telecamere di Enrico Mentana. Per l'ex direttore, inoltre, la faziosità è rappresentata da quelle trasmissioni «che anestetizzano il cervello, che non lo fanno reagire», per esempio «Porta a Porta, che fa della politica un salotto di chiacchiere, destabilizzando il suo ruolo gerarchico e rendendola pari ai dibattiti sulle diete o la chirurgia plastica». E il consiglio che dà ai rappresentanti dell'opposizione è quello «di smettere di frequentarle» e, se possibile, «di non fare nessuno spot elettorale, per far rafforzare nel pubblico la sensazione che la propaganda di Berlusconi è come quella di un dittatore».

sto processo può semplicemente saltare il problema politico riproposto da Bruno Tabacchi quando, nell'invitare Bondi a «stare sereno», dubita che l'Udc «possa cambiare l'idea di utilizzare il confronto europeo per affermare la forza di una tradizione e di una idea che non può essere diluita in un calderone indefinito».

Se i margini di ricomposizione restano, dunque, sono legati a una visione del bipolarismo che non a caso ieri Casini ha riproposto in termini specularmente opposti a quelli fin qui teorizzati e praticati da Berlusconi. Sulle riforme con maggiore nettezza rispetto a Marcello Pera nel analogo appuntamento al Senato. Quest'ultimo affida l'auspicio che si «ponga fine alla troppo lunga transizione italiana» ai passi avanti che a palazzo Madama si stanno compiendo sul federalismo e la giustizia: in un «cli-

ma diverso, di ascolto reciproco, con la percezione che una riforma non può essere fatta da una parte contro l'altra per trarne un vantaggio particolare». Casini, invece, da voce all'affermazione politica che le riforme si fanno «con il consenso di maggioranza e opposizione, perché le regole appartengono a tutti, non solo a chi occasionalmente è maggioranza, e ci vogliamo rassegnare a trovarci ogni legislatura al capezzale di riforme costituzionali che durino solo 5 anni e non 50 come invece è durata la nostra Carta» (nell'occasione, cede la parola a Giorgio Napolitano, presidente della Fondazione della Camera, per l'annuncio delle manifestazioni di riflessione storico-istituzionale sul 60.mo dell'Assemblea costituente).

Una determinazione, quella di Casini, che nulla ha a che vedere con la minaccia periodica di Berlusconi di andare avanti a colpi di maggioranza. Tant'è che il richiamo è prontamente raccolto dal centrosinistra (Franco Bassanini e Dario Franceschini), che rilancia la sfida sulle «essenziali garanzie del carattere democratico del sistema», mentre il centrodestra appare spiazzato dall'ennesima diatriba sulla legge Gasparri, il decreto pro-Retequattro e la par condicio.

Sull'informazione, appunto, Casini è secco: «È non solo importante ma decisivo per la democrazia nel nostro paese». Anche Pera si mostra risoluto: «È un diritto fondamentale di cittadinanza». Il presidente del Senato (che scansa le polemiche sul valore dell'antifascismo pronunciandosi a favore del mantenimento della norma costituzionale che vieta la ricostituzione del partito fascista) si addentra anche nei meandri del mercato dell'informazione, auspicando che vi siano «molti più editori liberi e in competizione tra loro». Di più: «Che questi editori siano solo editori». Non anche industriali e finanziari, va da sé. Ma come metterla con i politici che debbono assentarsi dal Consiglio dei ministri ma poi far cadere la foglia di fico all'atto della firma del decreto a favore di una propria azienda? È l'anomalia del conflitto d'interessi che persiste a metà legislatura. Metà? Battuta di Casini: «Così pare...».

p.c.

Breve storia della par condicio

## «Sono come la Coca, senza spot non la bevi...»

Federica Fantozzi

«Sia per un partito sia per la Coca Cola le regole per raggiungere il consenso sono le stesse. E se si toglie alla Coca Cola la quota adeguata di pubblicità, ineluttabilmente scenderà il suo consumo». Era il 6 febbraio del 2000 quando un livido Silvio Berlusconi ribadiva la sua visione delle regole del gioco. E nel grande mercato della politica italiana, la Coca Cola era ovviamente Forza Italia: «È una legge liberticida. Ora un partito che ha il 35% dei voti avrà lo stesso spazio in tv di un partito dell'1%...».

Tre giorni prima Montecitorio, allora presieduta da Luciano Violante, aveva varato con 320 sì e 169 no la sofferta normativa sulla par condicio dopo trenta ore di dibattito e anni di gestazione. A ruota segue il via libera del Senato, e il 28 febbraio le nuove regole sulla parità di condizioni per la presenza in video dei partiti diventano legge. Con un'ombra lunga alle spalle: il conflitto di interessi dell'ex premier, alla guida dell'opposizione e proprietario di tre reti tv. Risolverlo doveva essere l'obiettivo immediatamente seguente: su come invece siano andate le cose, fa fede il ddl Frattini oggi al suo quarto passaggio parlamentare. E la promessa del Berlusconi bis di terminarlo nei primi cento giorni di governo appare, quella sì, preistorica.

Ben più moderna l'intenzione del Cavaliere di «aggiornare» la par condicio: altro che tutti uguali ai nastri di partenza, più pesi più appari. Intento che si presta a una duplice lettura. Da un lato, insieme al requiem per la lista unica di centrodestra, è la lezione del premier agli alleati, ultimamente riotosi. Alle europee la CdL si conta. E, tolta di mezzo la par condicio, gli azzurri avranno a disposizione più spazi dei compagni di coalizione. Più la carta Berlusconi in cerone e doppiopetto, se deciderà di presentarsi capolista. Dall'altro lato, abolire il divieto degli spot commerciali (oggi sostituiti dai messaggi gratuiti autogestiti) reintrodurrebbe

lo squilibrio del sistema precedente: le forze di centrosinistra, dovendosi pagare le apparizioni sulle reti Mediaset, in pratica finanzierebbero la campagna elettorale degli avversari. In sintesi: una guerra tutti contro tutti con un solo vincitore. Lo scenario ha però un neo: se An forte dei numeri ha detto sì al restyling, l'Udc di Follini si è già messa di traverso. La legge anti-par condicio dunque rischia di non avere la maggioranza in Parlamento. E non è escluso che si tratti solo di un'escata di Berlusconi nella partita tutta interna del rimpasto.

Il conio dell'espressione par condicio per regolamentare l'uso della propaganda politica in televisione risale al 1993. Al Quirinale c'era Scalfaro, a Palazzo Chigi Ciampi. Il quale disse: «Se sarò in carica durante la campagna elettorale il compito principale del mio governo sarà di assicurare la par condicio a tutti». Nel febbraio '94 il termine fu ripreso da Giovanni Spadolini per sottolineare la necessità di «regole uguali per tutti, sul versante pubblico e su quello privato». Poco dopo è il garante per l'editoria Santaniello a lanciare l'appello per un codice di autoregolamentazione dei media che assicuri «pari opportunità fra tutti i soggetti partecipanti alla competizione elettorale». Nel luglio '99 è pronta la prima bozza del disegno di legge, che sarà varato in un consiglio dei ministri ad agosto. L'opposizione delle truppe berlusconiane è durissima: bandiere, trombe, megafoni in piazza, aerei sulle spiagge. L'ostruzionismo alla Camere sembra eterno. Berlusconi: «Si stanno dando da soli la patente di regime. Si scrive par condicio ma si legge censura a Berlusconi». Storace: «Spot proibiti? Useremo il Gsm». Gasparri: «Vogliamo approvare la pravda condicio». Racconta Vincenzo Vita, allora sottosegretario alle Comunicazioni e uno dei promoter della riforma: «Berlusconi disse che l'approvazione di quella legge gli fece perdere l'8%. Non so se è vero, ma certo la par condicio ha bonificato molto i rapporti fra media e politica arginando lo strapotere del partito televisivo. Togliera è una vera restaurazione».



Tg1

Telegiornale in discesa, roseo, si va verso la pausa natalizia e si alzano cori angelici. Il primo è per i trasporti: tutti ottimisti, ci siamo, il governo sta mediando. Anche per l'Alitalia: il piano dei tagli va bene ma, perbacco, non si possono sospendere i tagli occupazionali? Sorrisi anche in Parlamento. All'ombra di alberoni di Natale, Pera esorta non si bene a fare cosa, ma esorta e lo cura Giorgio Balzoni. Anche Casini esorta, e se lo accolla Francesco Pionati. Le «polemiche» toccano a Marco Frittella, che rispolvera la solita collezione di immaginette, cominciando da Nania: «Fassino vuole che si venda Rete4? In democrazia non si fa così», è l'astuta osservazione: in democrazia, vince chi piglia tutto. Anche Schifani (al quale lo spirito natalizio non scompare i capelli) è dello stesso avviso: «Par condicio? Ma vi pare che un partito da mille voti possa avere lo stesso spazio di un partito da 11 milioni?». Giusto, infatti l'errore avvenne nel '94: Forza Italia era un partito da zero voti, non dovevano nemmeno mostrarci il suo logo tricolore.

Tg2

«Calvario in Borsa per la Parmalat, dopo che gli Stati Uniti hanno smentito l'esistenza di 3,5 miliardi di euro di fondo alle isole Cayman». È l'esordio del Tg2, un esordio chiaro: le nostre imprese costituiscono fondi nelle Cayman, off-shore, come gli evasori fiscali, gli avventurieri, i faccendieri, moderni pirati con i fondi neri sepolti nei Caraibi. «Ognuno sta solo sulla terra, trafitto da un raggio di sole. Ed è subito sera». Questo attacco della «copertina» poteva venire in mente solo a Valeri per le ultime scoperte sul cosmo: ne conosciamo un frammento, il 70% è formato da un'energia sconosciuta, invisibile, che nulla a che vedere con atomi, fissioni nucleari, raggi e particelle. Siamo piccoli, piccoli, piccoli.

Tg3

Il latte non fa bene, fa male. La Parmalat è praticamente fallita e la notizia ha aperto il Tg3 perché questo fallimento sembra causato da una gestione che definire disinvoltata sarebbe riduttivo: bilanci e fidejussioni false, titoli contraffatti, connivenze bancarie, assenza di controlli. Una botta che colpirà subito i lavoratori - come sempre - ma che squassa quel po' di immagine che resta all'imprenditoria italiana. Qui, spiace per l'ottimismo e le esortazioni di Ciampi, il genio italico mostra il suo lato oscuro e luciferino. Ma il Tg3 non affonda, si limita alla notizia per passare ad altro. Peccato.

Culla  
è nata GIULIA  
Alla neo mamma Tiziana Imbroisi, alla piccola Giulia, al papà Marco Carucci gli auguri più sinceri e tanta felicità da parte dei colleghi de l'Unità.  
Roma, 20 dicembre 2003

Beppe Braida  
Attentato!

Ebbene sì,  
si tratta di...  
ATTENTATO!

KOWALSKI

120.000 copie