

Staino

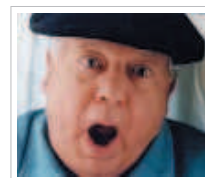


La voce della Lega

Il Papa e i chiromanti

Col suo inquietante accento da SS, nell'Angelus di domenica 3 gennaio, il Papa ha fatto un'uscita inaspettata da cartesiano puro: "E basta, finiamola! Vedo tutti i giornali e i telegiornali pieni di oroscopi. In ogni angolo delle nostre città si annidano maghi, veggenti con pendolini in mano, tarocchi nelle tasche. Guaritori, jellatori, fattucchiere. Sono tutti dei truffatori, dei ladri! Solo Dio conosce il nostro destino e solo se seguiamo i suoi consigli possiamo anche immaginarlo!". Questa volta sembrava veramente incazzato. Sembrava ancora un po' stordito per la spinta di quella fedele psicolabile con la giacca rossa. È stato un intervento da Papa moderno e l'abbiamo molto apprezzato. Però la Chiesa dovrebbe essere un po' più presente nelle strade a

Rag. Fantozzi



Lorsignori

Il congiurato

La sondaggista «amica» a carico di Palazzo Chigi

Che al presidente del consiglio stiano a cuore i sondaggi è noto fin dalla sua discesa in campo, nel 1994, condita dalle previsioni elettorali di Gianni Pilo dispensate dalle sue tv più del meteo. In molti sanno quanto il valore delle ricerche demoscopiche aumenti in occasione di importanti tornate elettorali, come quella che vedrà il prossimo mese di marzo andare alle urne gli elettori di quattordici regioni su venti per eleggere consiglieri e governatori. Quel che invece è meno noto al grande pubblico è il rapporto che da diversi anni esiste tra la presidenza del Consiglio dei ministri e quattro istituti di ricerche e sondaggi.

Palazzo Chigi si rivolge da tempo a questi sondaggi per capire il giudizio dei cittadini in meri-

to ai provvedimenti adottati dal governo. Ovvio che con un premier come Berlusconi, che nella sua carriera politica ha di fatto patrocinato la nascita di ben tre diversi istituti, l'uso di questo tipo di ricerche durante il suo governo non poteva che essere particolarmente valorizzato e ottimizzato, tanto più in presenza e in coordinamento con le campagne di comunicazione adottate dal governo per diffondere la conoscenza del lavoro dell'esecutivo. A che prezzo? Per esempio, stando ai calcoli fatti nelle scorse settimane a Palazzo Chigi, per le ricerche effettuate durante tutto il 2009 la sola presidenza del consiglio dei ministri avrebbe speso circa trecentomila euro. Una somma da ripartire tra i diversi istituti interessati, e cioè la Ipsos Explorer diretta da Nando Pagnoncelli,

l'istituto di Nicola Piepoli, l'Ispo di Renato Mannheim e l'Euromedia Research di Alessandra Ghisleri. Ed è proprio quest'ultima che, oltre a godere notoriamente della fiducia incondizionata del Cavaliere, ha svolto la mole di lavoro maggiore per il governo e per questo percepirà in proporzione alle ricerche effettuate la parte più rilevante del compenso rispetto agli altri istituti, circa centoventimila euro, pur essendo da meno tempo impegnata nel campo delle ricerche demoscopiche. Ghisleri però è una sondaggista di razza, formatasi alla scuola di un altro ricercatore un tempo molto caro al presidente del consiglio, Luigi Crespi, che ora ha dato vita ad un quotidiano, Il Clandestino, insieme al giornalista Pierluigi Diaco. ♦

NAUTICA

