



Il quotidiano l'Unità è stato fondato da Antonio Gramsci il 12 febbraio 1924

l'Unità

anno 78 n.36

venerdì 4 maggio 2001

lire 1.500 (euro 0.77)

www.unita.it

ARRETRATI LIRE 3.000 - EURO 1.55
SPEDIZ. IN ABBON. POST. 459%
ART. 2, COMMA 20/B LEGGE 662/96 - FILIALE DI ROMA



«La società italiana è oggi organizzata su tre caste. Ci sono i padani, gli italioti



e gli extra comunitari. I padani hanno tanti doveri e pochi diritti. Gli italioti tanti

diritti e pochi doveri. Gli extra comunitari solo diritti». (La Padania, 22 novembre 1998)

Berlusconi: bello il paradiso fiscale

Il leader che vuole governare l'Italia ammette che le società estere del suo gruppo esistevano «Servivano a pagare meno tasse», dice con candore. Rutelli: sa far bene solo gli affari suoi

Marcella Ciarnelli

ROMA L'uomo che vuole governare l'Italia ha usato i trucchi del mestiere per pagare meno tasse. Silvio Berlusconi l'ha confessato candidamente: le famose società estere della Fininvest esistevano davvero, non sono un'invenzione della «centrale comunista internazionale». Ma erano legittime, in regola. Servivano, dice il candidato premier del-

la destra, a pagare meno tasse. Cioè: una società qui, una lì, alla ricerca dei paradisi fiscali che consentissero di aggirare gli ostacoli dell'erario. Bella confessione, non c'è che dire. Con l'aggiunta di una spiegazione politica: per noi liberali, spiega Berlusconi, è consentito tutto ciò che non è vietato. E quindi il magistrato che sta indagando su quelle società stia al suo posto («è comunista») e non faccia il persecutore.

Questo è Silvio Berlusconi, l'uomo più ricco d'Italia, il quale non riesce nemmeno a capire quanto sia disdicevole che un candidato premier inventi società fantasma per pagare meno tasse. Lo nota il candidato dell'Ulivo Francesco Rutelli che dice: quando mi chiedono se riconosco almeno un merito al mio avversario rispondo che sì, almeno una cosa la sa fare bene: gli affari propri.

BERLUSCONI POSSIEDE ANCHE SOCIETÀ "OFF-SHORE"!
"ALL' ISOLA DI SANT'ELENA, SUPPONGO..."



A PAGINA 3

LE PAROLE DELLA DESTRA CHE FANNO PAURA

Amos Luzzatto

Nell'approssimarsi della scadenza elettorale, avvertiamo il bisogno di esaminare ulteriormente concetti e temi ad essa collegati. Questo non significa esporre un manifesto elettorale quanto insistere su tematiche che appaiono strettamente legate a questa scadenza e alla stessa legislatura che deriverà dal verdetto alle urne.

Mi pare necessario per prima cosa insistere sulla differenza fra la legittimazione che deriva dal voto (presente e passato) e l'inveramento della dottrina o dei programmi che dal voto stesso vengono legittimati. Essere legittimato non vuol dire automaticamente essere nel giusto; se

questo è, da un lato, il limite della democrazia, lo stesso principio dovrebbe esserne anche la forza, collocandosi alla base della possibilità dell'alternanza di potere, del fatto che la minoranza, il perdente di oggi, deve poter diventare la maggioranza legittimata di domani, ed avere, al presente, tutti gli strumenti e le opportunità per diventarlo. Del resto, la nostra società riconosce anche altre forme di legittimazione. Riconosce, ad esempio, a chi dispone di ingenti capitali, la legittimazione a investirli secondo le sue scelte.

SEGUE A PAGINA 27

McVEIGH L'UOMO CHE SCONVOLSE L'AMERICA

Piero Sansonetti

Ti rendi conto di cosa ti stiamo accusando?» gli chiese il giudice. Era fuori di se, gridava. Tim McVeigh rimase calmo, guardò dritto negli occhi il suo interlocutore e rispose quasi sottovoce, scuotendo appena la testa: «Yes, I do». «Sì, mi rendo conto». Erano passate sì e no quarantotto ore dalla strage, dal più tremendo e sanguinoso attentato della storia degli Stati Uniti. Nelle vie di Oklahoma City, attorno al «Murrah», ancora si scavava alla disperata. Sotto una pioggia battente. Almeno 80 persone mancavano all'appello. 80 persone che erano entrate nell'edificio due giorni prima, alle otto e mezza di mattina, e nessuno più le aveva viste. Ora l'edificio, il «Murrah», costruzione di vetro e cemento a 9 piani, incastrata tra i grattacieli del centro finanziario di Oklahoma City, era solo uno scheletro fumante. E i soccorritori lavoravano nel terrore di un nuovo crollo, perché era in arrivo un uragano. Il capo dei pompieri gridava ai suoi uomini: «Cercate solo i vivi, mi avete capito? Lasciate i morti dove sono, per Dio, non c'è tempo da perdere...». Timothy McVeigh, 27 anni, ragazzo robusto e con l'aria pulitina, cortese, capelli corti, tuta arancione, se ne stava davanti ai suoi accusatori senza negare né confermare niente. Applicando una saggia linea difensiva, in attesa degli eventi. Solo che loro non gli stavano contestando una guida senza patente, un furtarello, una rapina: no, gli dicevano che era stato riconosciuto da un affitta-macchine, e che l'affitta-macchine sosteneva di avere noleggiato a lui, tre giorni prima, in Kansas, il camioncino che poi era finito, imbottito con 3000 chili di esplosivo, sotto il Murrah, facendo saltare il Murrah e seppellendovi dentro almeno un centinaio di persone. Nessun americano, nel dopoguerra, aveva mai commesso un delitto così grave. Era il 21 aprile del '95. Sono passati giusto sei anni. Ora Tim si prepara ad affrontare la forca. Se ne sta in una cella della prigione di massima sicurezza di Terre Haute, in Iowa, rilascia dichiarazioni spavalde, chiacchiera tranquillamente col padre, rinuncia agli appelli dell'ultimora. Vuole morire. Vuole morire da eroe. Perché Tim ritiene di essere un eroe, anche se nessuno ancora ha ben capito perché.

SEGUE A PAGINA 8

Per ora l'accusa è di associazione sovversiva, ma gli inquirenti dicono di avere le prove dei rapporti con le Br. Preparavano un attentato?

Operazione antiterrorismo: otto arresti

Roma, Milano, Crotone: presi i componenti di un gruppo eversivo. I pm: collegamenti con il delitto D'Antona

Gianni Cipriani

ROMA Otto arrestati, di cui tre donne, tra Roma, Milano e Crotone, otto insospettabili considerati «fiancheggiatori» delle Brigate Rosse e collegati in qualche modo all'omicidio D'Antona. L'operazione è scattata l'altra notte ad opera dei Ros. L'ordinanza, firmata dal giudice per le indagini preliminari di Roma Otello Lupacchini, riguarda l'accusa di «associazione sovversiva»: secondo gli inquirenti gli otto - componenti della struttura clandestina di «Iniziativa comunista» - cercavano un'«interlocuzione politica» con le Brigate Rosse-Partito comunista combattente. Ovvero con gli assassini di Massimo D'Antona.

Uno degli arrestati, Norberto Natali, 42 anni, esponente nazionale del partito di Iniziativa comunista, era in corsa per una candidatura nel collegio 10 di Crotone alle elezioni politiche, ma l'operazione era saltata per il mancato appuntamento con Rifondazione comunista. In casa di uno degli arrestati è stata trovata una risoluzione strategica in cui si cercava di accreditare il gruppo come erede delle Br.

A PAGINA 5

Grecia

Gli ortodossi al Papa: non baci la nostra terra

Inizia oggi in un clima di tensione ma allo stesso tempo di grandi attese il viaggio di papa Wojtyła in Grecia, Siria e Malta. L'obiettivo è quello di aprire al cattolicesimo la porta d'oriente del mondo ortodosso, ma gli ostacoli non sono pochi. A cominciare dalla protesta degli ultraortodossi, con in prima fila i monaci del monte Athos che suoneranno le campane a lutto. Messaggio di benvenuto: «Il papa non baci la nostra terra».

PELOSO A PAGINA 9



fronte del video Le figurine dimenticate

Finalmente abbiamo ricevuto anche noi l'album delle figurine Berlusconi! L'abbiamo letto di getto (nei prossimi giorni lo impareremo a memoria) e abbiamo subito notato la modestia del leader del Polo, il quale (forse anche per la scarsità di scrittori tra i suoi), ha affidato la propria biografia ad alcuni detrattori, probabilmente comunisti. Per esempio, nella parte che riguarda gli amori, si passa dal primo matrimonio al secondo senza mai accennare al divorzio, facendo quasi credere che Berlusconi sia bigamo. Poi, tra i grandi incontri della sua vita, mancano (oltre a Vittorio Mangano, la cavallina Epoca e Licio Gelli) amici fondamentali come Bettino Craxi e Cesare Previti, che Berlusconi non può certo dimenticare. Sia per la riconoscenza dovuta a chi leggherò solo per lui, sia per quella che lo lega a chi si prodigò per fargli ottenere la reggia di Arcore a prezzi di saldo dalla marchesa Casati Stampa. Una ragazzina rimasta orfana, la cui eredità era affidata alle oneste cure dell'avvocato Previti. Episodi che purtroppo mancano nella storia illustrata di Berlusconi, ovviamente scritta per nuocerli, visto che gli farà perdere, dopo i miliardi, anche i voti. Perché il denaro può cancellare tutto, tranne il ridicolo.

DE GREGORI E LE NOTE DELLA POLITICA

Clara Sereni

Per una benevolenza di ricordi, ho avuto in dono l'introvabile biglietto per uno dei concerti che Francesco De Gregori ha tenuto su e giù per l'Italia. Del concerto non dirò, né del suo disco recente, visto che già abbondantemente ne ha parlato la stampa. Ma vorrei proporre una riflessione sul pubblico di quei concerti, o almeno di quello a cui ho assistito io.

Età diverse. Famiglie. Coppie in età, coppie di giovanissimi. Ragazzini. Un pubblico ordinato e ubbidiente, che accetta senza proteste le contropiede di Francesco, gli arrangiamenti nuovi e spiazzanti che propone di sue canzoni anche notissime. E' forse un modo - la novità - per stroncare sul nascere ogni tentativo di karaoke. i cori

impedisce, e il pubblico rispetta la sua scelta. Pochi perfino gli applausi, strizzati fra i brani allineati di seguito con generosità e senza pause, con tempi e modalità che costantemente tengono sotto controllo l'emotività, forse sia da un lato che dall'altro del palcoscenico. Invece un ascolto attentissimo, certo aiutato per una volta da un'ottima acustica ma attento e partecipe anche di fronte ad arrangiamenti che strappano via le abitudini. Soltanto in un'occasione l'emozione è straripata, in un applauso lunghissimo che in qualche misura mi ha sorpreso: quando, fra le strofe de I muscoli del capitano, ha fatto capolino la fisarmonica.

Celentano

Attacchi in tv all'Osservatore Romano, Vespa, Fazio e Costanzo

A PAGINA 6

SEGUE A PAGINA 7

Anna Maria Mori GLI ESCLUSI

Storie di italiani senza lavoro

con un contributo di GIULIANO AMATO

«Un libro appassionato sui guasti devastanti della mancanza di lavoro.»

Corriere della Sera

Sperling & Kupfer Editori

I CAMBI

Table of exchange rates for various currencies including Euro, Franc, Marco, etc.

BOT

Table of bond yields for different terms: 3 months, 6 months, 12 months.

Borsa

Un giovedì molto pesante per la Borsa italiana, con gli indici che hanno virato al ribasso in sintonia con le altre piazze europee...

Alleanza cade (-16%) in Borsa

Marco Ventimiglia

MILANO Voci gravi e incontrollate prima dell'apertura, Alleanza subito sospesa al ribasso, una serie di precisazioni che però non arrestano il crollo del titolo (-16,03%)...

Tutto nasce dall'incontro che la compagnia aveva avuto mercoledì con gli analisti. In quella sede erano stati comunicati anche i dati relativi alla produzione dei premi nel 2000...

La nota definisce «prive di ogni fondamento le voci circolate in Piazza Affari su presunte irregolarità». La società ha però dovuto confermare di aver modificato alcuni criteri di computo...

Primo trimestre in perdita per il Gruppo Rinascente

MILANO Il Consiglio di Amministrazione della Rinascente ha approvato ieri la relazione sull'andamento del Gruppo nel primo trimestre 2001. Il risultato netto presenta una perdita di 16,8 milioni di euro...

Il Gruppo Rinascente prevede di aprire 100 nuovi negozi entro il 2005. «È un piano estremamente ambizioso - ha affermato l'amministratore delegato Giovanni Cobolli Gigli in assemblea - che prevede investimenti da 600-700 miliardi all'anno...

AZIONI

Table of stock market data for various companies, including A.MARCIA, A.S. ROMA, ACEA, etc.

Table of stock market data for various companies, including GENERALI, GEMIS, GELDEMEISTER, etc.

Table of stock market data for various companies, including MONDADORI, MONIFIBRE, MONIFIBRE RNC, etc.

TITOLI DI STATO

Table with columns: Titolo, Quot. Ultimo, Quot. Prec., Titolo, Quot. Ultimo, Quot. Prec., Titolo, Quot. Ultimo, Quot. Prec., Titolo, Quot. Ultimo, Quot. Prec., Titolo, Quot. Ultimo, Quot. Prec., Titolo, Quot. Ultimo, Quot. Prec.

FONDI

Table with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno, Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno, Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno, Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno

AZIONARI ITALIA

Table listing various Italian equity funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

BILANCIATI

Table listing various balanced funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

OB. AREA EURO

Table listing various Euro area bond funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

OB. ALTE SPECIALIZZAZIONI

Table listing various specialized bond funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

AZ. AREA EURO

Table listing various European equity funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

AZ. INTERNAZIONALI

Table listing various international equity funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

OB. AREA DOLLARO

Table listing various US dollar bond funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

OB. AREA YEN

Table listing various Japanese yen bond funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

AZ. AMERICA

Table listing various American equity funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

AZ. PAESI EMERGENTI

Table listing various emerging market equity funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

OB. AREA YEN

Table listing various Japanese yen bond funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

F. LIQUIDITA' AREA EURO

Table listing various European money market funds with columns: Descr. Fondo, Ultimo, Prec. Ultimo, Rend. in lire, Anno.

scelti per voi

RETE 4 23.50
QUELLA COSA CHIAMATA AMORE
Regia di Peter Bogdanovich - con River Phoenix, Samanta Mathis, Sandra Bullock. Usa 1993. 116 minuti.

Miranda arriva a Nashville con il sogno di diventare una cantante country. Non ci riesce, e anche la vita sentimentale non le arride: va a vivere con un'amica e fra due pretendenti sceglie quello peggiore. Film di Bogdanovich inedito da noi e trattato male in patria. Ingiustamente: il cast si fa ricordare e Bullock è agli esordi del suo successo.

RAIDUE 0.25
RUN
Regia di Geoff Burrowes - con Patrick Dempsey, Kelly Preston, Ken Pogue. Usa 1990. 91 minuti.

Uno studente uccide involontariamente il figlio di un boss della città e dalla polizia e dai malavitosi che vogliono vendicare la morte del rampollo, il giovane si rivela un osso duro e non è disposto a mollare. Film d'azione con sequenze mozzafiato e una bella energia. Copione stringente per Patrick Dempsey.



RAITRE 1.40
GETAWAY!
Regia di Sam Peckinpah, con Steve McQueen, Ali MacGraw, Ben Johnson. Usa 1972. 122 minuti.

Doc, un rapinatore, esce di galera grazie al sostegno di uno sceriffo, che in cambio gli chiede di rapinare una banca. Doc porta a termine l'impresa ma poi fugge con i soldi assieme alla sua compagna con una spettacolare fuga verso il Messico. Western contemporaneo girato con mano felice da Peckinpah che si ispira a un romanzo Thompson.

ITALIA 1 3.25
IL DIABOLICO COMLOTTO DEL DOTTOR FU MANCHU
Regia di Piers Haggard, con Peter Sellers, Sid Cesar, Simon Williams. Usa 1981. 102 minuti.

Nell'impero di Saipan si celebra il 168esimo compleanno di Fu Manchu, ma un servo sbadato butta via l'elisir di lunga vita con il quale l'imperatore si mantiene. I suoi emissari partono alla ricerca degli esotici ingredienti della pozione. Strepitosi Sellers in un doppio ruolo.

da non perdere
così così
da vedere
da evitare

Table with 2 columns: Rai Uno and Rai Due. Lists various TV programs like EURONEWS, IL COLORE DEI SANI, GO CART MATTINA, etc.

Table with 2 columns: Rai Due and Rai Tre. Lists various TV programs like RASSEGNA STAMPA, GO CART MATTINA, RAI NEWS 24, etc.

Table with 2 columns: Rai Tre and RADIO. Lists various TV programs like RAI NEWS 24, GO CART MATTINA, etc.

Table with 2 columns: RADIO and RETE 4. Lists various radio programs like RADIO 1, RADIO 2, RADIO 3, etc.

Table with 2 columns: RETE 4 and CANALE 5. Lists various TV programs like MANUELA, SENZA PECCATO, PACIFIC DRIVE, etc.

Table with 2 columns: CANALE 5 and ITALIA 1. Lists various TV programs like TG 5 - PRIMA PAGINA, BORSA E MONETE, TRAFFICO / METEO 5, etc.

Table with 2 columns: ITALIA 1 and TMC. Lists various TV programs like SUPER PARTES, OTTO SOTTO UN TETTO, SINBAD, etc.

Table with 2 columns: TMC. Lists various TV programs like DI CHE SEGNO SEI?, DRAGNET, TMC NEWS / METEO, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like TELEGIORNALE, IL FATTO DI ENZO BIAGI, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like TG 2 - 20.30, IL RAGGIO VERDE, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like RAI SPORT TRE, ELEZIONI 2001, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like IL RUGGITO DEL CONIGLIO, IL CAMMELLO DI RADIOJUE, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like SSKA, ALIBI, COINCIDENZE, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like TG 5 / METEO 5, STRISCIA LA NOTIZIA, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like SHOWGIRLS, ELIZABETH BERKLEY, etc.

Table with 2 columns: seira and TMC. Lists various TV programs like TMC SPORT, CRAZY CAMERA, etc.

Table with 2 columns: cine movie and TMC. Lists various TV programs like PIZZA CONNECTION, CADILLAC MAN, etc.

Table with 2 columns: cine movie and TMC. Lists various TV programs like CADILLAC MAN, MISTER OCCASIONISSIMA, etc.

Table with 2 columns: cine movie and TMC. Lists various TV programs like BALLANDO A LUHNASA, STUDIOJUE, etc.

Table with 2 columns: cine movie and TMC. Lists various TV programs like MATTINOTRE - LUCIFERO, RADIOTRE MONDO, etc.

Table with 2 columns: TELE + and TMC. Lists various TV programs like RUSHMORE, ENDURANCE, BUNNY & JOON, etc.

Table with 2 columns: TELE + and TMC. Lists various TV programs like HAUNTING - PRESENZE, IL PREZZO DELL'AMORE, etc.

Table with 2 columns: TELE + and TMC. Lists various TV programs like IL PREZZO DELL'AMORE, USE SPORT, etc.

Table with 2 columns: TELE + and TMC. Lists various TV programs like HIT LIST ITALIA, TOTAL REQUEST LIVE, etc.

Weather forecast section including 'IL TEMPO' (today and tomorrow), 'VENTI' (winds), 'MARI' (seas), 'TEMPERATURE IN ITALIA' (Italy), and 'TEMPERATURE NEL MONDO' (World). Includes maps of Italy and Europe with weather icons and temperature data for various cities.

miti

A 20 anni dalla morte del leggendario Bob Marley, da oggi le radio italiane trasmetteranno / know a place, un inedito contenuto in One Love - The very best of Bob Marley & the Wailers, in uscita l'11 maggio, che raccoglie altri 19 classici rimasterizzati. Il brano, originariamente prodotto da Lee Perry nel 1977, è stato recentemente restaurato e la sua diffusione via radio anticipa le commemorazioni che avranno luogo la settimana successiva. Marley ha rappresentato nella storia della musica moderna il reggae come nessun altro musicista ha saputo fare con il suo genere di appartenenza.

pol spot

COME TI ELEGGO IL POLLO

Roberto Gorla

Ci fu un tempo in cui i politici italiani se ne stavano alla larga dalla pubblicità. Un po' perché convinti d'essere diversi da un detersivo, un po' perché Berlusconi non aveva ancora dimostrato il contrario. Oggi non c'è candidato che coltivi qualche ambizione elettorale che non si affidi alla Pubblicità. Con i suoi duecento miliardi di lire stimati, 110 milioni a candidato, il business della competizione politica è un succulento mercato. Forse è ancora troppo presto, forse ancora manca l'esperienza, per trasformare il momento pubblicitario pre-elettorale in quella fantasiosa, coinvolgente kermesse della democrazia, come sanno fare gli Americani, ma quel che è stato fatto qui sembra aver ben poco ha che spartire persino con la stessa pubblicità. Per averne un'idea basta guardarsi intorno: Face, nient'altro che face. È

una folla di facce quella che si protende dai muri a sollecitare il consenso del passante.

Regolarmente sorridente, spesso ammiccante, a volte persino assorto come a voler sottolineare la presenza di un pensiero. Ma il perché votare quella faccia piuttosto che quella del manifesto accanto? Salvo l'appartenenza ad un certo schieramento, le ragioni appaiono normalistiche vaghe, quando non lapalissiane: «Per un governo libero, forte, giusto» dice una faccia. «Famiglia, lavoro, sicurezza» dice quell'altra. E fossero almeno facce raccomandabili. Ma così come sono, fotografate dall'amico «chessafarelefoto» illuminate col flash, senza la mano del truccatore, si direbbero uscite dall'elenco segnaletico della polizia. Tanto che sopra, più che un «Vota», meglio ci si vedrebbe un bel «Wanted». Lombroso teorizzò che dai

tratti somatici di un individuo, si possa prevederne la propensione a delinquere. Un secolo dopo la pubblicità elettorale italiana sembra dimostrarlo. Tuttavia, fino a quando saranno stabiliti dall'alto dei partiti collegi e candidature, non sarà certo la pubblicità a determinare il successo o meno di un candidato: si potrà essere eletti nonostante la pubblicità. Ma il giorno in cui si partisse davvero dal basso, dove arriverebbe un candidato con un sostegno pubblicitario così vuoto di idee, così mancante del benché minimo salto creativo? A Milano una candidata, forse nel tentativo di sfuggire all'omologazione di un contesto pubblicitario tanto «faccioso» si è fatta ritrarre col proprio cane. Ai milanesi l'arduo dilemma di chi dei due votare. In Francia, una dozzina d'anni fa, un creativo geniale, Jacques Seguelà, fornì ad un'altra

faccia, quella di Mitterand, uno slogan che ha fatto epoca: «La force tranquille». Fu anche grazie a quel titolo che era anche un'idea, un programma, una trovata creativa che i Socialisti vinsero le elezioni. Un pubblicitario italiano, oggi, accanto alla faccia di Casini ha scritto «Cento per cento di sicurezza». Unito al nome del candidato, un titolo davvero perfetto. Per un preservativo. Pare che per una campagna elettorale le agenzie chiedano una cinquantina di milioni. Nemmeno tanto per accedere ad una delle professioni più remunerative del mondo, una cifra spropositata per un servizio di così bassa caratura. Le agenzie hanno dichiarato che i loro clienti migliori sono stati i candidati facoltosi, ma inesperti. Il che mi suggerisce un manifesto pubblicitario. Non so ancora il titolo, ma il visual ce l'ho: un bel pollo.

TUTTO IL POTERE ALLE RADIO

Piero Vivarelli

L'ultima Top Ten dei cd vede in testa Vasco Rossi con il suo «Stupido Hotel». Al numero due c'è «Ferro Battuto» di Battiato, al numero tre «La mia generazione ha perso» di Gaber, mentre al quarto troviamo Gigi D'Alessio (il primo fra i reduci di Sanremo) con «Il cammino dell'età» e al quinto il tenace Celentano con «Esco di rado e parlo ancora meno». Seguono, nell'ordine, «No angels» di Dido, «Senza ali» di Giorgia, «Asile's world» di Elisa, «Medina» di Pino Daniele e «Not that kind» di Anastacia. Il successo di Vasco merita qualche considerazione perché non si può dire che abbia usufruito di molti passaggi televisivi. È insomma finita l'epoca in cui un disco aveva bisogno di essere spinto sui video per andare in testa alle classifiche e lontano il tempo in cui i discografici pagavano sottobanco per essere chiamati alle principali trasmissioni di varietà. Oggi le chiavi del successo sono altre e passano attraverso le radio, sia i grandi network sia le emittenti locali, che sono spesso determinanti. Va anche tenuto in considerazione il fatto che per il pubblico giovanile la tv generalista è morta e sepolta, superata da emittenti tipo MTV, specializzate unicamente in videoclip o informazione musicale. D'altra parte non si può neanche dire che le trasmissioni di varietà in genere riscuotano lo stesso successo di un tempo; probabilmente la loro qualità è molto peggiorata. Prendiamo «Domenica In», una volta padrona incontrastata dei pomeriggi festivi: da qualche anno è diventata un anonimo e arruffato contenitore di balletti, grandi cuochi, piccoli artisti, quiz elementari. Né si può dire che la domenica di Costanzo, anche se nei dati auditel la precede sempre, sia molto meglio. Insomma, un certo varietà televisivo è andato a carte quarantotto. Per quanto riguarda la promozione delle canzoni e della musica pop in genere, direi che è stato un vantaggio: il disco che sfondava grazie ai passaggi nei varietà ben difficilmente era il migliore, forse perché destinato a un pubblico variopinto e assai poco omogeneo. In altri termini le radio rispettano nei risultati una realtà in cui il pubblico è veramente competente. Questo nostro discorso presenta alcune eccezioni. Prima fra tutte il festival di Sanremo, che del resto è una trasmissione specializzata e non generalista, per non dire di casi come quello delle «cazzate» di Celentano che hanno certo agevolato il terzo posto di Gaber. Da notare che l'attuale Top Ten rispecchia una classifica sulla quale non c'è da discutere molto. Non a caso alle spalle dei primi dieci c'è Springsteen col bellissimo «Live in New York City», Ramazzotti con «Stile libero» e la Vanoni, tornata con «Un panino una birra e poi...». Non ci sono, insomma, grandi esclusi né affermazioni abusive. Forse sono proprio le radio, che qualcuno ancora si ostina a considerare un media minore, ad aver fatto giustizia.



I Rem

Rem, un tocco da Beach Boys

Esce «Reveal»: la ballata classica incrocia la sperimentazione

Musica semplice da grandi spazi. Bel disco, venderà molto

Silvia Boschero

Rem-ember

C'è chi non ha avuto la loro fortuna

I «Dream Syndicate», per esempio

Tra i tanti meriti che possiamo loro riconoscere, i R.E.M. hanno avuto quello non trascurabile di modificare lo scenario della musica rock americana. Quando salirono timidamente alla ribalta nel 1980 i R.E.M. erano abbastanza diversi dalle mille band del post-punk statunitense, comprese quelle provenienti dalla loro città, Athens, e già abbastanza conosciute come i B-52's o i Pylon. Il loro folk rock ricco di rimandi alle sonorità degli anni '60 aveva comunque un'irruenza e un'urgenza che li fece subito amare dalla critica. Sostenuti da uno staff professionale e motivato anche se molto giovane (Jefferson Holt e Bertis Down, quasi due

elementi aggiunti) e da un'etichetta discografica come la I.R.S. di Miles Copeland (un'indipendente con le caratteristiche di una piccola e agguerrita «major»), i R.E.M. hanno impiegato ben dieci anni per raggiungere il successo di massa. Questo ha consentito loro di mantenere una credibilità invidiabile e anche di influenzare lo stile di un'intera generazione di musicisti.

Anche gruppi popolarissimi come i Nirvana, i Pearl Jam o gli Smashing Pumpkins, che hanno fatto irruzione nelle classifiche di vendita nei primi '90, devono qualcosa al «politically correct» dei R.E.M., alla loro capacità di gestirsi all'interno del mercato senza rinunciare alla libertà artistica e creati-

va. E non si tratta soltanto di questo, naturalmente. Se Kurt Cobain dichiarava di essere innamorato delle morbide ballate di Automatic For The People e registrava con i Nirvana un Unplugged evidentemente influenzato da quell'album, se il pubblico d'oltreoceano trova via via al successo i Counting Crows, i Live, la Dave Matthews Band e Hootie & The Blowfish, i R.E.M. c'entrano e non poco. Senza contare che intorno a loro o direttamente aiutati e prodotti da loro sono cresciuti formazioni e artisti forse «minori» ma abbastanza importanti come i Grant Lee Buffalo, Mark Eitzel, gli Uncle Tupelo, i Minus 5 e i Wilco, artefici in un modo o nell'altro del «suono americano» degli ultimi dieci anni.

Non è difficile prevedere per Reveal e per il singolo che lo precede, *Imitation of Life*, un riscatto commerciale di ampie dimensioni, ma al di là della loro visibilità in un campo in cui spadroneggiano Madonna, Eminem o Britney Spears, i R.E.M. non sono e non saranno mai un fenomeno puramente commerciale. Hanno superato quella soglia di popolarità che pochissimi gruppi

rock riescono a raggiungere, ma continuano ad essere l'espressione di una cultura che si contrappone sempre a quella che vorrebbe imporre lo showbiz più grande e invadente del mondo. Come spesso capita nell'ambito dell'arte, anche di quella pop o rock, il successo può nascere da eventi del tutto casuali e imprevedibili. Basta scorrere le cronache musicali degli anni '80 per individuare band meno fortunate dei R.E.M. anche se altrettanto valide. Valga per tutti l'esempio dei californiani Dream Syndicate, che, approdati a una major come la A&M dopo una seria militanza nel circuito indipendente, furono liquidati per non aver venduto abbastanza dischi e continuarono ugualmente a realizzare opere di altissimo livello. Se ne renderà conto chi vedrà i concerti del loro ex leader Steve Wynn, che ha appena pubblicato lo straordinario, *Here Come The Miracles*, e sarà in Italia tra l'8 e il 10 maggio. Dunque non possiamo che trarre una semplice conclusione: non tutta la musica che fa guadagnare miliardi deriva da un rispettabilissimo desiderio di intrattenere. C'è una musica che oltre a far questo provoca anche emozioni e pensieri in chi l'ascolta.

Giancarlo Susanna

Sperimentazione, suoni sintetici, arrangiamenti ridotti all'osso dunque, ma anche la volontà tutta «americana» di mantenere uno spiccato gusto per la ballata high fi immediata, quella magia melodica che loro stessi hanno contribuito a definire.

Reveal sarà un successo proprio perché la sperimentazione non si spinge mai troppo oltre, continuando a regalare gemme alla vecchia maniera come nell'orecchiabile *She just want to be* o nel primo singolo *Imitation of Life*, ovvero: come sognano i Rem, nella loro marmorea, grande semplicità stilistica.

Così come si sono presentati al concerto milanese dello scorso

mercoledì di fronte al pubblico festoso di Mtv, aprendo proprio con *Imitation of Life*. Erano stati 25mila ad accoglierli pochi giorni prima nel maxi concerto londinese di Trafalgar Square, il South Africa Freedom Day Concert, ma l'atmosfera italiana era più intima (la festa era riservata a poche migliaia di persone) e un Michael Stipe rilassatissimo in completo nero e camicia verde pisello si è concesso come non mai, scherzando con un pubblico in estasi che lanciava magliette con dediche e rose rosse.

La cerimonia del rock a cui i tre compari (Stipe, Peter Buck con la consueta capigliatura biondo selvaggia e Mike Mills), officia-

no da vent'anni si è ripetuta in tutto il suo antico splendore. Un suono compatto, una grande voce, i sintetizzatori, le chitarre acustiche e una decina di canzoni note ma irresistibili: *The great beyond, Daysleeper, What's the Frequency Kenneth, Electrolite, Losing my religion, Man on the moon*, ma anche il classico dei classici, *It's the end of the world*.

E poi le nuove gemme: la splendida e adrenalinica *The lifting*, la lenta, quasi morriconiana, *All the way to Reno (you're gonna be a star)*, impreziosita da piccoli inserti elettronici che «disturbano» il normale incedere della ballata alla Rem, la tristissima *I'll like the rain*, che man mano apre le ali

per spiccare il volo.

E proprio il volo, l'aria, i grandi spazi erano i luoghi che volevano toccare i Rem con questo disco. Un disco semplice, dove scopriamo ritmiche vicine al drum 'n bass, rumorismi sottili (come nel caso di *I've been high*) e una forte propensione alla melodia anni Sessanta in *Summer turns to high* e soprattutto in *Saturn return*, un pezzo che avvicina magicamente i Rem ai Beach Boys di Brian Wilson, con la voce malinconica di Stipe (vera protagonista assoluta di tutto il disco), che si emancipa dal pianoforte e si va a unire ai rumorismi di sottofondo e ai suoni sintetici.

Non si sapeva che fine avrebbe

potuto fare la band di Athens dopo il periodo di crisi seguito all'abbandono da parte dell'amico batterista Bill Berry (messosi da parte dopo il 1990), ma il successo è stato un colpo durante il Monster Tour. L'ultima traccia l'avevano lasciata con *Up*, un disco inattivato, che appena uscito aveva interdetto molti fan del gruppo e che si riusciva ad amare solo dopo ripetuti ascolti.

Ma ora sappiamo dove, da diversi anni, volevano andare a parare senza riuscirci: raggiungere una fusione tra la melodia elettro-acustica di *Automatic for the people* e la sperimentazione iniziata con *Up*, dunque verso una seconda, splendente giovinezza.

BERLUSCONI, FINI, BOSSI E CASINI NON SONO ABBONATI ALL'UNITÀ. BUON SEGNO.

**A questo punto, se ci tieni alle distanze, non ti resta che abbonarti.
Oppure regalare un abbonamento a chiunque abbia, come te, il cuore a sinistra.
Qui sotto trovi le condizioni e il coupon da compilare, ritagliare e spedire a l'Unità, Ufficio
Abbonamenti, via Due Macelli 23, 00187 Roma, fax 06.6964.6469. Puoi pagare attraverso
un bollettino di c/c n. 48407035 intestato alla Nuova Iniziativa Editoriale srl.**

Abbonamento 12 mesi
7 numeri per settimana
Lire 485.000, euro 250,48
6 numeri per settimana
Lire 416.000, euro 214,84
5 numeri per settimana
Lire 350.000, euro 180,75

Abbonamento 6 mesi
7 numeri per settimana
Lire 250.000, euro 129,11
6 numeri per settimana
Lire 215.000, euro 111,03
5 numeri per settimana
Lire 185.000, euro 95,54

Barrare con crocetta negli appositi spazi. Per favore scrivere in stampatello.

Sì, desidero abbonarmi per 12 mesi oppure 6 mesi, sette numeri oppure sei numeri per settimana
 Sì, desidero regalare un abbonamento per 12 mesi oppure 6 mesi, sette numeri oppure sei numeri per settimana

al seguente nome:

via/piazza _____ località _____ cap _____

Ecco i miei dati:

nome cognome _____
via/piazza _____ località _____ cap _____

tel _____ fax _____ e-mail _____

titolo di studio _____ professione _____

età 18-24 25-34 35-44 45-54 oltre 54

firma leggibile _____

Questi dati verranno trattati nel rispetto della legge 675/96 in materia di privacy con vostra facoltà di esercitare i diritti previsti dall'art. 13 della suddetta legge.

COLAVITA

UN
ITALIANO
VERO



www.colavita.it

Powered by Targasys.

www.buy@alfaromeo.com

Toccate il **mondo** con un dito.

Provate il rivoluzionario sistema **CONNECT. In esclusiva su Alfa **147**.**

24 ore su 24, 365 giorni all'anno, 800 operatori del Contact Center pronti a rispondervi in 14 lingue, a seguirvi, guidarvi, aiutarvi, consigliarvi. A bordo di Alfa 147, semplicemente premendo un pulsante, in collegamento audiovisivo diretto potrete ricevere informazioni personalizzate e usufruire dei servizi Targasys per CONNECT.

Una vera rivoluzione: per la prima volta l'auto si apre al mondo, offrendo in tempo reale informazioni e servizi utili per il vostro lavoro, la vostra vita quotidiana, i vostri viaggi, la vostra serenità, il vostro divertimento. In anteprima e in esclusiva su Alfa 147, CONNECT sistema infotelematico di bordo: un nuovo modo di vivere l'auto.

I servizi di Targasys per CONNECT:

- assistenza stradale
- consulenza medica
- consulenza legale e assicurativa
- notizie sul traffico
- servizio navigazione e "follow-me"
- previsioni meteo
- indirizzi bancomat e farmacie
- informazioni sui punti di interesse turistico, hotel, ristoranti, musei

Sabato 5 e domenica 6 dai Concessionari Alfa Romeo.



Cuore Sportivo