

A Grottaminarda per il « sacco » edilizio della città dopo mesi di indagini

Sotto accusa DC e PSDI: mandati di cattura per i due capilista

Sono cinque le persone implicate, fra queste c'è l'ex-sindaco democristiano Vincenzo Blasi - Centinaia di licenze edilizie concesse in pochi mesi a « palazzinari » - La denuncia fu avviata dal Partito comunista

AVELLINO - Per lo scandalo edilizio di Grottaminarda - licenze abusive per centinaia di vani rilasciate nello spazio di pochi mesi - sono emerse, nel corso dell'istruttoria, gravi indizi di responsabilità penale per gli amministratori democristiani e socialisti. Questo è quanto si può ricavare dalla sentenza della Corte di Appello di Napoli che si è espressa a favore della richiesta del PM e ha rigettato l'opposizione del giudice istruttore per l'emissione di mandati di cattura a carico degli ex sindaci Vincenzo Blasi, Renato Cataruzzolo e Angelino Pucillo e per gli ex assessori Emidio Iannicelli e Giovanni Romano, mandati di cattura per interesse privato continuato.

E' un punto di svolta nell'inchiesta giudiziaria avviata su denuncia del Gruppo comunista ed è la seconda conferma - dopo le risultanze dell'adossata commissione regionale - che a Grottaminarda in questi anni, con la protezione degli am-

ministratori dc, è stato consentito ad un gruppo di speculatori di edificare interi quartieri. Centinaia di licenze edilizie concesse a pochi « palazzinari » dopo aver lasciato volontariamente cadere le misure di salvaguardia del piano regolatore, quartieri e edifici senza lottizzazioni e carenti di servizi ed infrastrutture, speculazione selvaggia sulle aree mentre veniva lasciato ulteriormente deteriorare il vecchio centro urbano e si ritardavano i programmi di edilizia residenziale pubblica.

Su tutto questo ha messo con coraggio e senza timori rinvierenziali le mani la Procura della Repubblica di Ariano. Indagini durate mesi, perizie, verifiche, poi il convincimento di essere di fronte ad indizi seri di responsabilità penale di interesse diretto e personale degli amministratori inquisiti. Se i mandati di cattura sono - come a prima vista appare - il tentativo di andare ad una accelerazione delle indagini, diventa incomprensibile ed irritante per l'opinione pubblica lo scontro di competenze tra uffici inquirenti che lascia margini per manovre dilatorie agli avvocati degli imputati.

La vicenda è seria. Nelle mani della magistratura sta oggi un giudizio che tocca direttamente la popolazione di Grottaminarda. Tra qualche settimana si vota e tra gli inquisiti vi sono due capilista (Pucillo per la Dc e Romano per il Psdi). Certo è pesante il giudizio su due partiti che non hanno sentito la sensibilità di mettere da parte uomini su cui gravano così pesanti sospetti. Ma il nodo vero è che l'inchiesta - ed è per questo forse che emergono sentenze insabbiatrici - non risolta prima del voto lascia margini di pericolosa ambiguità.



Le maschere di Petti alla « Marotta »

Saltimbanchi, istrioni, ciarlatani: le figure grottesche di Antonio Petti, imprigionate nella rigidità della linea, cui corrisponde l'immobilità dei loro movimenti, sono perfettamente intonate allo spirito del mondo che rappresentano, come fossero caratteri di una scrittura. Ed è proprio sul « carattere » inteso sia come « forma » e fisicità della scrittura, sia come virtualità di comportamento, che si fonda il tema del suo lavoro.

Petti, infatti, disegna maschere, e la maschera è un carattere virtuale; un narcisismo del volto che mente, un narcisismo che contempla la propria possibilità di menzogna su un diaframma impersonale. La maschera è dunque strumento di dissimulazione. La capacità di « significare » propria della scrittura, viene così a scontrarsi con la capacità di dissimulare della maschera, in una specie di pantomima che non trasmette più nulla neppure il carattere irrimediabile della morte.

apparenze, egli la contempla come spettacolo. E in questo spettacolo assiste anche alla propria morte: una morte, beninteso, solo apparente, perché un burattino non può morire « realmente ». Se morisse realmente, morirebbe anche il potere che lo manovra. E allora, di fronte al burattino che mima la sua morte, il potere mima se stesso, cioè dissimula la sua realtà, mascherandosi.

GIOVEDÌ PRESENTAZIONE DEL PROGETTO « NAPOLI 50-80 »

Il comitato di coordinamento del progetto « Napoli 50/ottanta artisti, città, enti, quartieri » patrocinato dall'ass. prov. ai problemi della gioventù, ha indetto in collaborazione con il Comune una conferenza stampa per giovedì 5 giugno 1980 alle ore 11 nella sala S. Chiara in Piazza dei Gesù a Napoli. Nell'occasione i responsabili illustreranno le linee programmatiche del progetto, e i suoi tempi di realizzazione.

Con il sindaco Maurizio Valenzi, ass. prov. Luigi Nespoli il segretario del sindaco arti visive CGIL Bruno Gabiati. Parteciperanno alcuni curatori delle varie sezioni in cui si articolerà il progetto.

Quell'incredibile sarabanda d'immagini che esce dai manifesti

Il pugno nell'occhio Fastidio elettorale sui muri di Napoli

Parla Luciano D'Alessandro, del Mattino - Il faccione di Gava e quello di...



« Meno manifesti degli altri... Ma ho fatto un giro in taxi qualche ora fa e ne ho visti migliaia incollati perfino nei posti più incredibili! Ci vorrebbe un metodologo o un esperto di psicologia di massa per prevedere l'effetto sugli elettori di tutti questi Tesoroni, Vergone, Patriarchi in bianco e nero, colorati, a quadretti, appiccicati sui muri. Per me questi manifesti sono semplicemente orrendi. Una campagna elettorale - ma anche una qualsiasi campagna pubblicitaria - dovrebbe nascere da un progetto di base. Lo slogan, la fotografia, il disegno, i colori vanno organizzati in una immagine coerente e non sovrapposti casualmente. E inoltre c'è da tener presente il destinatario del messaggio, il fruitore, in questo caso, l'elettore. Da noi, presso alle campagne all'americana con le majorette, le trombette, i palloncini e le pagliette colorate. Tuttavia pure queste hanno dietro anni di studi, sondaggi, test campionari.

Solo un atelier con grafici, fotografi, disegnatori, cineoperatori ed esperti capaci di sondare le aspettative delle masse, di captarne gli orientamenti di fondo, i capricci passeggeri, le simpatie e gli umori nascenti, può costruire una campagna moderna. A Napoli si ha l'impressione che uno strapassano cancan pubblicitario sia messo interamente su da gente che fa un altro mestiere.

Il fatto è che i politici non capiscono l'importanza dell'immagine oppure le assegnano una importanza secondaria. Certamente per il successo, il traffico, il chiasso, le sottile quotidianità, si aggiunge il fastidio per il manifesto che non informa, non aiuta a capire, non racconta niente. Le TV private? Ma il discorso non cambia! C'è la stessa ignoranza delle qualità specifiche del mezzo usato e, in più, la rozzezza e l'improvvisazione con la quale queste televisioni affrontano la pubblicità: tutti i prodotti, i più diversi fra loro, sono recitati nello stesso modo. In questo campo siamo lontani dall'Europa ma anche

molto lontani dal livello raggiunto dalla TV lombarda, per non parlare della TV di Stato. Lo spreco televisivo diventa rumore e si aggiunge allo spreco cartaceo. Per lo meno il PCI punta sulle idee e non sulle persone, non mette facce ed evita di offendere il buon gusto della gente. Forse oggi alla campagna del PCI manca l'aggressività che nel dopoguerra le imprimevano i manifesti di Guttuso o l'impronta di un Abe Stagnone l'originalità meridionale di certe immagini usate al tempo del referendum sul divorzio.

Tuttavia un partito da solo non fa il clima di una campagna, c'è bisogno di un confronto di linguaggi. Questo confronto-scontro non c'è. A meno che non sia il caso di realizzare, sovrapposizioni un cartellone di « Un uomo da marciapiede » alla scritta tenebrosa e ridicola che vuole « Ammirante sindaco ». Andy Warhol ha detto, con la sua incursione napoletana, che questa immagine può saltar fuori forzando gli stereotipi della pizza, del Vesuvio, degli spaghetti? L' avrà detto per euforia da cocaina.

Advertisement for 'dean JEAN CARS' featuring a large stylized 'G' logo and the text 'e la proposta JEAN CARS'.

Advertisement for 'CENTRO AGOPUNTURA CINESE' by GIOVANNI TAMBASCO, offering various treatments.

Large advertisement for 'SCHERMI E RIBALTE' featuring a list of theaters and their programs, including 'VI SEGNALIAMO', 'TEATRI', and 'CINEMA OFF D'ESSAI'.

Advertisement for 'Concluse alla Mostra d'Oltremare il 13° SIR e il 7° SIOGO' with details about the exhibition and visitor statistics.

Advertisement for 'Viaggi - Vacanze Incontri - Dibattiti' by 'VOMERO TRAVEL S.A.S.' and 'UNITA VACANZE'.

Advertisement for 'EMPIRE' and 'MANGIATI VIVI!' featuring a cartoon character and a list of programs.