

Bar, ristoranti, uffici e luoghi di lavoro di ogni tipo saranno off-limits per le sigarette

Usa, si fuma solo a casa

MONICA RICCI-SARGENTINI

■ Fumatori americani arrendetevi. Dopo le campagne martellanti degli anni '80 per invogliare la gente a buttare via i pacchetti di sigarette ora è il momento dei divieti. In il segretario del dipartimento del lavoro americano, Robert Reich, si è fatto promotore di un disegno di legge che vieta le sigarette in tutti i luoghi di lavoro pubblici e privati, nei bar e nei ristoranti fatta eccezione per apposite aree dove però sarà vietato mangiare. Se la proposta sarà approva-

ta quattro milioni e mezzo di aziende saranno costrette a mettersi in regola. Ma a ben pensarci i fumatori americani debbono augurarsi che il progetto di Reich vada in porto. C'è infatti il rischio che il Congresso approvi norme ancora più severe. La proposta del deputato Waxman all'esame della sottocommissione Sanità per la Camera ha qualcosa di sadico: include il divieto di assentarsi dal posto di lavoro per andare a fumare in strada. Per togliere all'accanito fuma-

tore qualsiasi tentazione di lasciare la sua scrivania Waxman ha previsto anche una multa da capogiro: otto milioni di lire.

Le nuove norme restrittive antifumo hanno buone possibilità di essere approvate anche perché trovano d'accordo sia i repubblicani che i democratici. Nelle audizioni della commissione cinque ex ministri della Sanità di entrambi i partiti hanno caldeggiato il provvedimento sostenendo che potrebbe salvare ogni anno circa 25 mila persone.

Sul piede di guerra le industrie produttrici di

tabacco che nell'ultimo mese insieme ai proprietari di bar e ristoranti hanno provato a lanciare una controffensiva. L'esempio più clamoroso è quello di San Francisco dove nel mese scorso la Philip Morris ha fatto causa al Comune, reo di aver approvato l'ordinanza antifumo più restrittiva di tutte le grandi città. Oggi a San Francisco è vietato fumare in tutti i luoghi di lavoro sia pubblici che privati. E dal prossimo anno saranno abolite anche le aree fumatori nei ristoranti.

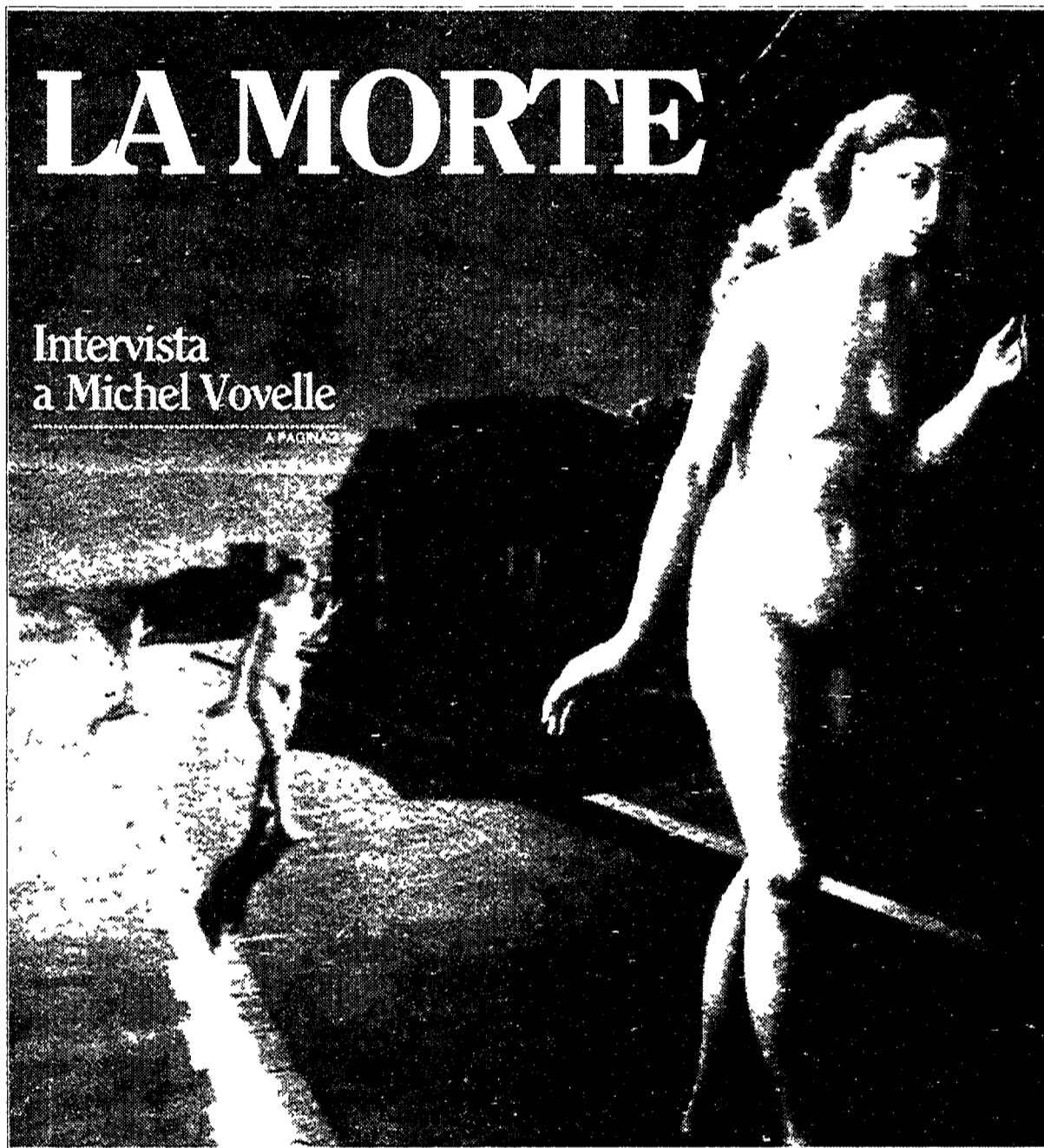


No, davvero non la si può curare

OCTAVIO PAZ

IL MODO in cui moriamo ci dice chi siamo. La morte definisce la vita. È uno specchio che riflette il vano gesticolare dei vivi. La vita di ciascuno di noi - l'intera variegata confusione di atti, omissioni, rimorsi e speranze che costituisce la nostra esistenza - trova nella morte non già un significato o una spiegazione ma una conclusione. La nostra morte illumina la nostra vita. Se la nostra morte è priva di significato lo era anche la nostra vita. Ciascuno di noi muore la morte cui aspira: la morte che si è andato costruendo. Una morte cristiana, o una morte da cani, sono modi di morire che riflettono modi di vivere. Nel tempo in cui viviamo la morte non ha alcun significato che la trascenda o che faccia riferimento ad altri valori come accadeva ad esempio nell'antico Messico. Allora l'opposizione tra vita e morte non era così assoluta. La vita si prolungava nella morte e viceversa. La morte non era la fine naturale della vita ma una fase di un ciclo infinito. Vita, morte e resurrezione erano stadi di un processo cosmico che si ripeteva ininterrottamente. La vita non aveva altra funzione se non quella di condurre nella morte. Nell'odierna civiltà dei consumi la morte è di rado qualcosa di più dell'inevitabile conclusione di un processo naturale. In un mondo di fatti la morte non è che un fatto che si aggiunge agli altri. Ma dal momento che si tratta di un fatto spiacevole, contrario ad ogni nostra concezione, la tuttora trionfante filosofia del progresso finge di far sparire la morte come un prestigiatore fa sparire una moneta dal palmo della mano. Nella società dei consumi tutto funziona come se la morte non esistesse. Nessuno la prende in considerazione è rimossa dappertutto nei discorsi politici, nella pubblicità, nelle sitcom televisive e nelle tradizioni popolari. Questi pensieri mi vennero in mente per la prima volta anni fa riflettendo nel mio libro "L'abbinato di Solitudine" sulla festa dei Defunziti in Messico ma sono attuali anche oggi. Il materialismo consumista non solo ha tentato di sopprimere la morte nella sua immanenza unidimensionale sul presente ma sembra anche posseduto dal desiderio di Prometeo di "curare" la morte con la tecnologia.

A PAGINA 3



LA MORTE

Intervista a Michel Vovelle

A PAGINA 3

Italia-Spagna di Davis Pescosolido pareggia i conti

A sorpresa l'Italia chiude la prima giornata dello scontro di Davis con la Spagna in pareggio. Andrea Gaudenzi ha dovuto cedere a Sergi Bruguera. Stefano Pescosolido ha superato in 5 set Carlo Costa. Oggi si gioca il doppio. Incerto Nargiso.

DANIELE AZZOLINI

A PAGINA 11

Alain Touraine

«Ecco che cosa è la democrazia»

«La democrazia non si identifica con l'economia di mercato e di più, è un regime con un contenuto attivo di tutela dei diritti concreti del soggetto». Alain Touraine spiega il suo «Qu'est-ce que la démocratie?» e prevede la fine dello «choc liberale».

GIANCARLO BOSETTI

A PAGINA 2

Film sul cantante Farinelli

Quel castrato è come una rockstar

Si gira a Bayreuth *Voce regina*, stona del più grande e famoso cantante castrato del Settecento, un Michael Jackson del melodramma. Farinelli. Nel film (una coproduzione da 18 miliardi) due giovani attori italiani, Stefano Dionisi ed Enrico Lo Verso.

M. ANSELMINI M. PASSA

A PAGINA 5

Si fa sempre più aggressivo lo stile della pubblicità, sfiorando i limiti della legge

La Piaggio giura: superiamo l'(H)onda

MARIA NOVELLA OPPO

■ Mozzarelli che si candidano (alla nostra tavola) risotti che sperano di essere eletti e politici che anziché farsi pubblicità per fare le scarpe ai partiti rivali fanno pubblicità alle scarpe per fare soldi contro i partiti rivali. Alla fine in Parlamento ci saranno più mozzarelli che onorevoli oppure la politica risorgerà nell'urna per dimostrare la sua superiorità sulle vendite? Lo sapremo ben presto. E nel frattempo possiamo ingannare l'attesa acccontentandoci di notare come la pubblicità si sia fatta subdola quasi quanto la politica. Citiamo l'esempio a suo modo plateale dello Skipper Piaggio che surrettiziamente sfida la proibizione italiana del messaggio comparativo con lo slogan «Un vero Skipper supera l'onda» messo a spiegare l'imma-

giagine di uno scooter che con la battaglia sfuggendo alla «marea del traffico» Honda naturalmente e uno splendido fatto fisico ma il suono della parola è uguale a quello del concorrente giapponese Cosvech navigando navigando lo Skipper approda al litorale dell'ironia che non ha tetto né legge. Laggiù dove il guru dell'autodi sciplina pubblicitaria non ha potere. Almeno fino a che il concorrente alluso non si faccia promotore di un'azione a sua difesa accusando la perdita di una risonanza che vorrebbe «creditarlo» anche senza nominarlo.

Ma se il ruolo del guru ha bisogno di essere suscitato in campo direttamente commerciale non ha alcuna possibilità nel campo della

propaganda elettorale. O di tutte le possibili commissioni che nascono dalla fantasia dei creativi ammalata di competitività e infiltrata dal clima aspirante bipolare che poi è tripolare. E abbiamo ricordi la mozzarella il riso e le scarpe che usano il linguaggio (e addirittura le facce) della politica per spingere gli italiani alla cassa. Mentre platealmente la politica fa appello al tre per due e promette buoni sconti (e perfino sconti di pena).

Si sa il mondo non è più quello di una volta. Forse neppure il mondo di Walt Disney che ci propone in questi giorni nella maggiore sale delle maggiori città la sua ultima e amata vecchia produzione restaurata. Lo slogan invitava i genitori ad affidare i loro bimbi a *Biancaneve e i sette nani* mentre vanno a votare. E poi aggiunge:

magari in uno slancio di esagerata ironia. Per un nuovo miracolo italiano. Dove la promessa berlusconiana da un lato rivela la sua burla da cartone in mano mi dall'altra rischia di essere presa sul serio. E lo scherzo restandogli nell'ambiguità diventa quasi la parodia di se stesso.

Ma come? Biancaneve e i sette nani pure loro berlusconiani? Certi da Gianni Pilo nelle graduatorie di Forza Italia ce li vediamo tutti in fila cantando la loro canzonetta: *Anch'io andiamo andiamo a votare ballaballa ballaballa balla*.

Non resta che sperare nella lotta e l'iva che impedisca lo scempio di questi prolissimi standizzati. A riassumere, la situazione generale del paese, ci pensa lo slip Roberto, famoso per coprirsi mostrandoci quella parte del corpo femminile che i maleducati chiamano culo e i puristi pure. Mentre i puristi si sforzano di non pensarci e i pubblicitari ci scherzano sopra con lo slogan: Per l'Italia rimasta in mutande vota Roberto.

Vale a dire tutto il potere alla mutanda che è qualcosa di molto più estremista della parola di ordine leninista. Tutto il potere ai soviet e di più surreale del sessantottino la fantasia al potere. Per arrivare seguendo le libere associazioni alla mutanda che ci seppellirà. Paradosso che vuole dimostrare quanto sia rivolta la dignità della politica nella creatività pubblicitaria. Mentre è andato del tutto di stacco il canismo del potere, il quale rischia di sostituirsi l'onnipotenza del prodotto che è tutto quanto ce ne rimane di sicuro e involontario e nello stesso tempo comprabile.

E anche D'Annunzio avrà il suo inedito

■ Siamo sicuri di conoscere tutte le odi di Gabriele D'Annunzio? In periodo di generalizzata febbre di inediti ecco che ne affiora una finora rimasta in cassette private: dalla vicenda che le è dietro comunque non sembra che sia del livello delle liriche di *Alcione* però *Lo de* del 1919 verrà pubblicata sul prossimo numero della *Rivista storica* diretta da Giovanni Lazzari che si pubblica in Liguria a Chiavari. A recapitarla alla redazione dell'*Unità* è stato un giornalista Massimo Zamorani che l'ha ricevuta due anni fa dalla persona cui il Vate la dedicò Guido Di Tanna ex seguace di Gabriele D'Annunzio nell'impresa di Fiume che se l'era tenuta per sé e ne rivoltò l'esistenza al mondo solo in punto di morte.

Dunque il Di Fanna era all'epoca un giovanissimo ufficiale di fanteria e raggiunse D'Annunzio a Fiume portandosi appresso - ecco il momento - la cassa del comando del genio militare di Trento con una bella somma destinata alla ricostruzione delle opere pubbliche danneggiate nel corso della prima guerra mondiale. Inseguito dai carabinieri il ragazzo arrivò per primo a Fiume e li consegnò i soldi al Vate. Il quale come sempre a secco di denaro accettò l'offerta e per ricompensa gli gettò ricompensò il giovane fan con un'ode. Così ecco nascere uno dei tanti componimenti encomiastici scritti da D'Annunzio. E settantacinque anni dopo eccolo riaffiorare da un cassetto.