

**Dirottato a Miami
aereo cubano
A bordo 2 italiani**

Emozioni fuori programma, e di cui avrebbero fatto volentieri a meno, per due turisti italiani che, insieme ad altri 21 passeggeri, si sono trovati a bordo di un bimotore partito dall'Avana, dirottato. L'aereo stava dirigendosi a Nassau, nelle Bahamas, quando il pilota ha chiuso fuori della cabina di bordo il resto dell'equipaggio e si è diretto a Miami, in Florida. Una volta atterrato all'aeroporto il pilota, Basilio Garcia Breto, ha chiesto asilo politico negli Usa. «Non vi sono state violenze nel dirottamento - ha assicurato un portavoce dell'Fbi - il pilota era solo ai comandi». Aveva chiesto al suo secondo di andargli a prendere qualcosa da bere e al suo ritorno questi ha trovato la porta chiusa dall'interno. Il copilota - ha raccontato Guido Petroni, 24 anni, di Genova, uno dei due italiani a bordo dell'aereo - ha provato ad aprire la porta con un cacciavite, ma invano. Sedici dei turisti che erano a bordo hanno recuperato i loro bagagli e sono riusciti a prendere un altro volo per Nassau. Le autorità cubane hanno mandato un altro pilota per riprendere l'aereo. Tra i passeggeri, oltre ai due italiani, vi erano cinque americani, cinque delle Bahamas, due spagnoli e un canadese.



Le foto segnaletiche del pluriomicida John Wayne Gacy

**È l'ora di John Wayne Gacy
Iniezione letale per il collezionista di omicidi**

Attesa all'alba di stamane, negli Usa, l'esecuzione dell'uomo considerato il più prolifico dei serial killer: John Wayne Gacy, colpevole dell'omicidio di 33 adolescenti. Si riaccende nel paese il dibattito sulla pena capitale.

DAL NOSTRO INVIATO
MASSIMO CAVALLINI

NEW YORK. «Prima che sorga il sole, dicono i regolamenti. E come vuole la tradizione, gli esperti dello Stateville Correctional Center di Joliet, Illinois, hanno regalato a se stessi i più ampi margini di errore. Appuntamento alle 00,01 in punto, primo secondo del primo minuto del giorno fissato dalla Corte per l'esecuzione. Cinque ore tonde per uccidere in nome della legge. Quasi impossibile sbagliare. Quasi impossibile, dopo 14 anni d'attesa, mancare questo rendez-vous con la morte...»
Ben pochi - ieri notte, quando non mancavano che tre ore all'esecuzione - erano coloro che davvero pensavano che la luce del giorno potesse sorprendere ancora in vita il condannato. E ben pochi erano quanti s'aspettavano un ennesimo rinvio sulla base degli ultimi appelli presentati dagli avvocati

della difesa. Per John Wayne Gacy - tutti ne erano convinti - questa era «la volta buona». E grande era, ovunque, la trepidazione. Da mesi ormai - visti esauriti tutti i possibili ricorsi legali - i molti appassionati di esecuzioni capitali avevano cominciato un frenetico «conto alla rovescia». E da mesi - consoli del fatto che la storia era sul punto di bussare alle porte d'acciaio del carcere - gli esperti di Stateville erano andati provando e riprovando la scena. Ogni giorno gli stessi gesti, metodici e scrupolosi, assiduamente inculcati: il manichino deposto sul letto ed accuratamente legato, la flebo delicatamente inserita nel braccio di pezza, la macchina della morte diligentemente revisionata. Quindi l'esecuzione vera e propria, consumata da dietro un vetro opportunamente oscurato: tre bottoni schiacciati con-

Ha ucciso 33 adolescenti
Il rituale della pena di morte è, negli Usa, tutt'altro che inconsueto. Ma a renderlo «degno di nota» c'è questa volta un fatto: a finire sulla brandina della «iniezione letale» è l'individuo che gli annali del crimine - da queste parti sempre meticolosamente aggiornati - di norma qualificano come il «più grande dei moderni serial killer». Ovvero: John Wayne Gacy, il clown dilettante che, tra il '72 ed il '78, assassinò 33 adolescenti maschi. E su un punto, almeno, tutti sembrano concordare in questa macabra vigilia: se davvero la pena di morte ha un senso, se davvero è moralmente e giuridicamente accettabile, nessuno mai l'ha meritata più di quest'uomo dal nome grottescamente hollywoodiano. John Wayne Gacy è davvero a tutti gli effetti - come sostengono quelli che più ardentemente vogliono vederlo mor-

tempaneamente da tre diversi boia, secondo le antiche regole della «pallottola a salve». Due iniettano sostanze letali, il terzo una sostanza innocua. «Nessuno saprà mai chi davvero ha ucciso il condannato. Nessuno dovrà mai portare sulla coscienza il peso della sua morte. Perché, per ciascuno, varrà comunque un'identica «presunzione d'innocenza»...»
Ed è proprio la bruttura di questi delitti - commessi, secondo il tribunale, in stato di piena salute mentale - che in queste ore rende, per così dire, esemplare il dibattito, costringe tutti - libero il campo da ogni presunzione d'innocenza e da ogni possibile giustificazione sociale - a giudicare la pena di morte nella sua «purezza istituzionale». Ed è in casi come questo - giustamente sottolinea Seth Donnelly della Coalition against Death Penalty - che si capisce chi è davvero contro la barbarie del capestro. Ed è in questi casi, aggiunge, che - in una reiterata ed abbondante «evocazione d'orrori» - meglio si coglie come alla base della pena capitale altro non vi sia, in realtà, che una logica di vendetta costantemente incapace di appagare la propria sete, perennemente in credito con i propri appetiti di morte. «Ben dolce - ha scritto giorni fa un senatore dell'Illinois involontaria-

mente confermando questa tesi - risulta una puntura letale di fronte alle pene inflitte da Gacy...»
Ancora una volta, in verità, il capestro appare non come la «punizione» dei delitti che l'hanno determinata, ma come la loro più turpe continuazione. E, in effetti, questo è ciò che oggi la morte di Gacy più sembra rievocare: non il senso di una giusta condanna, ma il gusto fetido del sangue e del sesso, la morbosa attenzione che l'America - spesso la stessa America che adora la pena di morte - ha per i suoi numerosissimi serial killer. Rammentano le cronache come, in questi anni, John Wayne Gacy sia diventato - più per la sua fama d'assassino che per la sua abilità con i pennelli - un pittore di successo, un esponente di quella Art-brute che vanta negli Usa un fiorente mercato. E come i suoi quadri, valutati oggi attorno ai 5 mila dollari a pezzo, siano destinati ad impennarsi fino ad almeno 25 mila...
Il copione di Hollywood
Alle 12,01 di stamane, premendo i loro tre bottoni, i boia del carcere di Stateville non hanno ucciso John Wayne Gacy. Gli hanno, piuttosto, dato vita eterna. O meglio: ne hanno «ibernato lo spirito» in attesa che Hollywood trasformi il tutto in un nuovo horror di cassetta.

Anche nell'esercito sale la discriminazione
**L'America rispolvera
l'ostracismo ai gay**

Una campagna contro i gay sta prendendo piede negli Stati Uniti. Nell'esercito i comandanti hanno iniziato una caccia ai «diversi», utilizzando (paradossalmente) le norme volute da Clinton per limitare le discriminazioni. A New York i commercianti del Village sono in rivolta contro la folla di gay che, a giugno, invaderà le strade della città. E ad Austin, in Texas, è stato approvato un referendum contro gli assegni familiari alle coppie omosex.

NOSTRO SERVIZIO

NEW YORK. Gay sempre più nel mirino dei militari. Le norme compromesse varate dall'amministrazione Clinton per migliorare la vita degli omosessuali arruolati nell'esercito ottengono l'effetto opposto. Ed anche nella società civile cresce l'intolleranza verso chi dichiara apertamente le proprie inclinazioni sessuali. È forse l'inizio di una nuova stagione di discriminazioni? Tutto lo lascia prevedere. Persino il Pentagono non ha nascosto un certo disagio: «Siamo preoccupati, ha ammesso un funzionario protetto dall'anonimato: «Abbiamo avuto notizie di interpretazioni iper-aggressive delle nostre norme». Mentre Barney Frank, uno dei due parlamentari apertamente gay del Congresso, ha espresso la sua inquietudine: «Le prime notizie non sono affatto incoraggianti...»
Due mesi fa l'attuazione della direttiva di Bill Clinton sull'ingresso dei gay nell'esercito sembrava aver aperto una nuova era. Secondo le organizzazioni omosex, invece, è stato l'inizio di una caccia alle streghe: dalla fine di febbraio ad oggi

ben 125 militari sono stati licenziati per omosessualità. I vertici dell'esercito, da sempre ostili all'apertura verso i gay, hanno utilizzato le norme di Clinton per far uscire i «diversi» dall'anonimato. Come è stato possibile? In pratica il compromesso fra il Congresso ed il Presidente non ha cadere la pregiudiziale sugli omosessuali in divisa ma stabilisce soltanto alcune norme per tutelarne l'anonimato: i comandanti non possono fare domande sulle abitudini sessuali dei loro sottoposti e non possono aprire un'inchiesta senza avere prove credibili sulla condotta omosessuale di uno dei soldati o delle soldate. Se, però, un militare viene sorpreso a letto con una persona dello stesso sesso oppure si dichiara apertamente omosessuale rischia l'immediato licenziamento.
«La nuova norma è addirittura peggiore - dice un marine gay, il sergente Justin Elzie che è in causa con l'esercito per bloccare la sua espulsione - perché le decisioni in materia sono lasciate alla discrezionalità del comandante e così un sacco di capi omofobici ne approfittano per «fare pulizia». È il caso di una soldata ventenne che lavora fra i marine del North Carolina: il suo capo avrebbe interrogato le altre marines mentre lei era in licenza chiedendo di sapere chi era omosessuale nella divisione. Una delle ragazze ha detto di averla vista baciare una donna in macchina, un'altra ha riferito di averla incontrata con una amica in discoteca. Ne è seguita un'inchiesta formale ed ora la soldata rischia l'espulsione.
Segnali di intolleranza arrivano anche dalla società civile. Perfino la progressista New York è sul piede di guerra. Il pretesto? La folla omosex che per dieci giorni in giugno invaderà le vie del quartiere per celebrare la «Ribellione di Stonewall» che un quarto di secolo fa segnò la nascita del movimento. Particolarmente preoccupati sono i commercianti del «Village» che hanno proposto di chiudere le storiche strade da Christopher Street al fiume Hudson durante le notti della mega-riunione. Ad Austin intanto è stata respinta a larga maggioranza dalla popolazione una «leggina» che avrebbe consentito ai dipendenti comunali non sposati di incassare gli assegni familiari per il partner convivente: promosso da una coalizione cristiana ultra-conservatrice, il referendum è stato interpretato come una vittoria di un sempre più forte movimento anti-gay.

**A Los Angeles
più divorzi
dopo il terremoto**

Gli psicologi avevano ipotizzato che le catastrofi naturali possono avere effetti deleteri sui rapporti di coppia; il terremoto del gennaio scorso a Los Angeles ha confermato in pieno l'ipotesi. Anche se non esistono ancora statistiche ufficiali, molti centri di consulenza matrimoniale e studi legali specializzati in separazioni hanno visto salire il loro volume di attività del 30-40% nelle ultime 10 settimane. «I dati suggeriscono che molti matrimoni non sopravvivono allo stress causato da un disastro naturale», spiega il dottor Charles Figley dello Psychological Stress Research Program alla Florida State University. «E il terremoto non è l'unico disastro naturale sufficientemente grave da mettere a repentaglio unioni decennali; il numero di divorzi era salito anche in Florida dopo l'uragano Andrew e nel Midwest dopo le alluvioni dell'estate scorsa. Gli psicologi sono convinti che la tensione causata dal terremoto spinge molte persone a comportarsi in modi estremi, e molte unioni che in altre circostanze avrebbero potuto essere salvate falliscono.»

Successo delle vendite televisive di merce griffata per clienti raffinati e senza tempo. Giro d'affari boom

Shopping da Macy's incollati alla tv

LOS ANGELES. Quando, nel dicembre del 1992, Barry Diller, ex dirigente della Paramount, ex presidente della Fox e uno degli uomini più potenti dell'industria dello spettacolo, annunciò l'intenzione di diventare il «boss» di uno dei maggiori canali di vendite televisive, molti negli ambienti hollywoodiani lo presero per pazzo. All'epoca il «TV shopping», le vendite televisive erano considerate la feccia della televisione, un passatempo per spettatori un po' ignoranti delle aree rurali degli Stati Uniti, tagliati fuori dalla lucente cultura del «Department Store». Un anno dopo Diller sorprese il mondo degli affari americano, combattendo una lunghissima battaglia all'ultimo sangue con il colosso televisivo Viacom (che controlla, tra l'altro, Mtv) per portare il controllo della gloriosa Paramount sotto l'ombrello di Qvc. Il fatto che alla fine Diller abbia perso la battaglia non ha tolto nulla al rispetto conquistato dal suo stile e in generale dai «business» delle vendite televisive nella comunità dell'entertainment. Le

La «TV shopping» in America va per la maggiore. Persino i grandi magazzini Macy's hanno aperto lo scorso autunno una canale di vendite via cavo che trasmette ventiquattro ore su ventiquattro. «Saks Fifth Avenue» offre in televisione merce «griffata». Il cliente medio è una donna, colta, ricca e raffinata ma con poco tempo a disposizione. Il giro d'affari è enorme: si parla di 2,5 miliardi di dollari (3800 miliardi di lire).

ALESSANDRA VENEZIA

azioni di Qvc sono raddoppiate in valore nel giro di due anni, riflettendo il «boom» delle transazioni che si svolgono ormai per televisione. Il giro d'affari ha raggiunto i 2,5 miliardi di dollari (circa 3800 miliardi di lire) e le previsioni parlano di una crescita continua, testimoniata anche dall'ingresso in campo di nuovi, prestigiosi soggetti. I grandi magazzini Macy's hanno aperto nell'autunno scorso un canale via cavo di vendita televisiva che trasmette 24 ore al giorno. Blooming-

dale e Nordstrom, altri due grandi magazzini di livello medio-alto, hanno presentato sul network Nbc un programma «sperimentale» di simulazione di un centro commerciale del futuro. Saks Fifth Avenue ha firmato un accordo con Qvc per vendere capi e accessori di abbigliamento «griffati» via tv. Secondo David Fogler, presidente della società di previsioni economiche Business Development Corp., «Qvc potrebbe diventare nell'arco di 25 anni il più importante grande ma-

gazzino d'America». Ma l'espansione del «TV shopping» non avviene solo in termini quantitativi. È il profilo stesso del consumatore a diventare più ricco e raffinato. Secondo una recente ricerca effettuata dalla società Npd Group l'acquirente tipo è oggi una donna che lavora, con un reddito ed un'istruzione nettamente superiori al cliente dei negozi tradizionali. Un consumatore ricco, che semplicemente non ha tempo e voglia di passare del tempo in un centro commerciale o in un grande magazzino. Per adeguarsi alle esigenze di questo tipo di clientela, i canali di «shopping» hanno iniziato ad offrire prodotti qualitativamente sempre migliori e a proporre programmi non più presentati da personaggi sconosciuti, folcloristici o aggressivi (sorta di «Vanna Marchi delle praterie»), ma da celebrità di prima grandezza quali Jane Fonda o Ira Furstenberg. Qvc sta inoltre tentando di conquistare anche il pubblico maschile con un secondo canale di shopping

(«Q2»), che propone prodotti come mazze da baseball autografate da campioni del passato, attrezzature sportive, prodotti per il «fai-da-te». I canali di vendita tv, e gli operatori del settore cavo stanno inoltre scommettendo centinaia di milioni di dollari sullo sviluppo delle nuove tecnologie interattive che dovrebbero rendere lo shopping casalingo ancora più attraente. Per la piena «interattività» dello shopping ci vorranno altri 7 o 8 anni: vanno risolti ancora problemi di comunicazioni e di hardware (i convertitori e i box che rendono gli apparecchi televisivi «intelligenti»). Ma quando i megaprogetti come quello (2 miliardi di dollari di investimento) per costruire una rete a fibre ottiche del gigante della tv-cavo Tci andranno in porto, la mitica televisione a 500 canali arriverà in tutte le case. E molti di quei canali saranno riempiti da programmi di vendita interattiva. Gli esperti prevedono che il fatturato del settore tra 10 anni raggiungerà i 30 miliar-

di dollari (quasi 50 mila miliardi di lire). Già adesso la concorrenza delle vendite televisive si fa sentire. Non tanto rispetto al gigantesco settore dei grandi magazzini (250 miliardi di dollari di vendite annuali), quanto nei confronti delle vendite per corrispondenza, che sono in costante declino. Tanto che Spiegel, una delle più note e prestigiose case di vendita su catalogo, ha sentito la necessità di aprire un proprio programma di vendite televisive. L'ottimismo di chi opera in questo settore è temperato soltanto dal riconoscimento che esistono problemi non secondari per raggiungere quello che viene considerato il pieno potenziale: difficoltà nella gestione degli ordini e dei prodotti restituiti (che ammontano in media al 40-50 per cento di quelli acquistati), gamma ancora limitata, perdurante attrazione del consumatore per lo shopping «reale» in periodo natalizio. E all'orizzonte spunta già un potenziale concorrente sul fronte del-

le nuove tecnologie commerciali: le vendite via computer, effettuate attraverso i servizi «on line» accessibili tramite modem. Si tratta di servizi nati negli anni 80 e restati «in letargo» fino all'anno scorso. In un anno gli utenti sono quasi raddoppiati, e sono oggi più di quattro milioni. Prodigy, CompuServe e America On Line, le tre principali reti di servizi «on line», offrono oltre a notizie, posta elettronica, biblioteche e banche dati, la possibilità di acquistare un po' di tutto, dal servizio di pentole alla cravatta, dalla confezione di caviale al «walkman». Computer, modem e un ordine addebitato sulla propria carta di credito garantiscono la consegna anche all'estero. E se la maggior parte dei «commercianti virtuali» sono in realtà compagnie tradizionali che stanno sperimentando in modo accessorio anche questa forma di vendita, sono nati già due negozi che esistono soltanto nel «cyber-spazio»: «Indelible Blue» e «Corner Store», che vendono software, ma accettano solo ordini via modem.