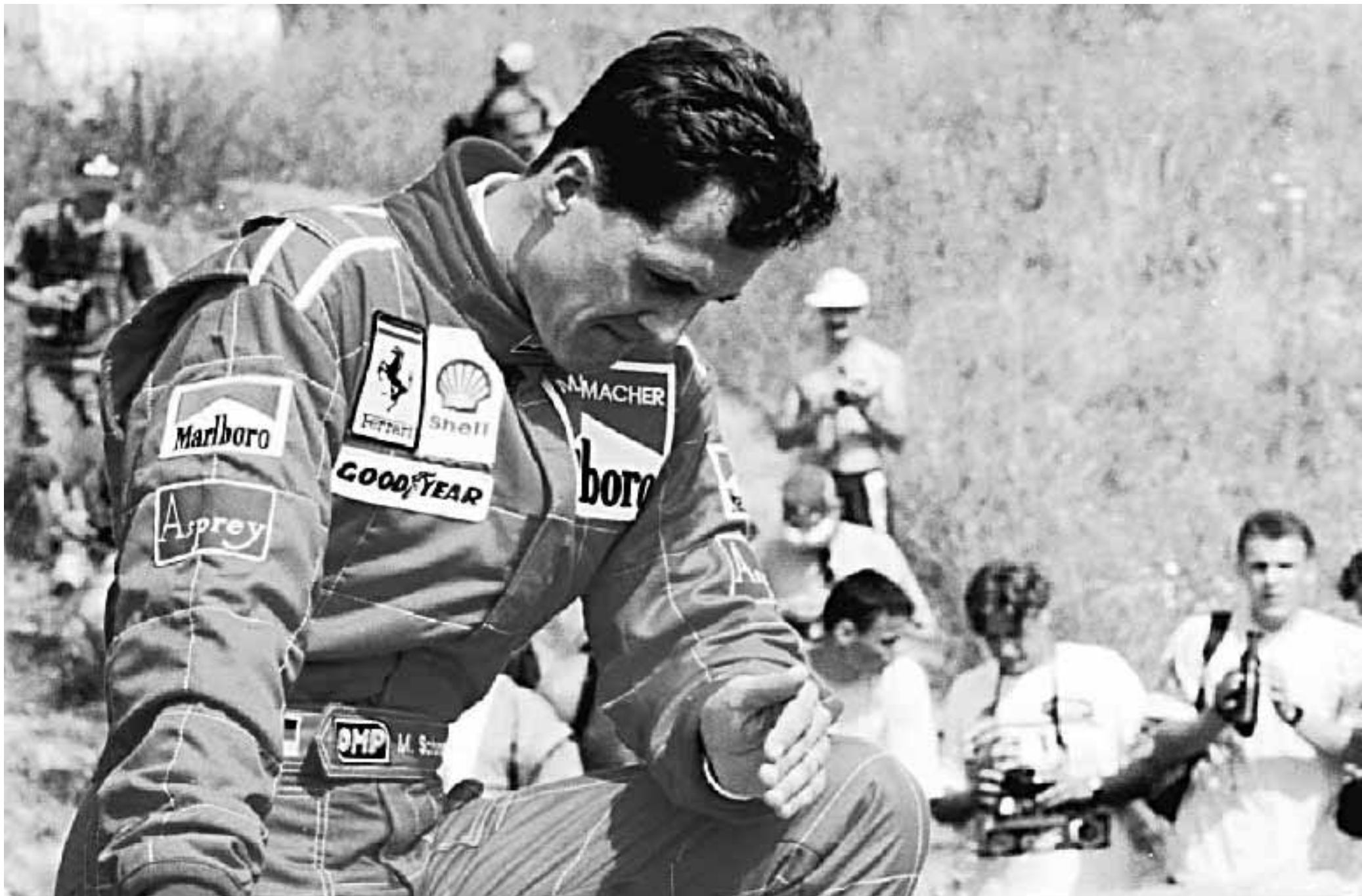




L'Unità 2



LUNEDÌ 12 AGOSTO 1996



Lo scoraggiamento di Michael Schumacher, seduto ai bordi del circuito di Budapest, dopo essersi ritirato a sei giri dalla fine. Sotto, Raffaele Pagnozzi

Ansa-Reuters

Ancora due ritiri per le Ferrari, vince Villeneuve davanti a Hill e la Williams è già campione

Schumacher, che delusione

ERA COMINCIATA BENE. Doveva essere il giorno della riscossa Ferrari. È finito male, come purtroppo ormai il Cavallino ci ha abituato in quest'anno di transizione tra le sconfitte senza Schumacher e le sconfitte con Schumacher. E pensare che il campione tedesco stavolta ce l'aveva messa proprio tutta. La pole position conquistata sul circuito ungherese per pochi millesimi di secondo davanti a Hill era la premessa di un possibile successo scaccia-crisi. E ieri mattina al warm-up era stato ancora Schumacher il più veloce, anche in assetto da gara. E per la prima volta alla partenza la rossa numero 1 era scattata in testa, lasciandosi alle spalle i soliti problemi di frizione.

DICIOTTO GIRI DI SPERANZA. Grazie all'avvio strepitoso Schumi era riuscito a tenersi alle spalle le Williams di Villeneuve e di Hill, proprio il giovane pilota canadese era apparso tra i due quello più in forma. Quando al diciottesimo giro la Ferrari di Schumacher si è fermata per il primo dei tre pit-stop programmati, Jacques è balzato in testa e la gara ha cambiato faccia. Anzi è tornata ad avere la solita faccia, cioè quella delle Williams vincenti.



ORA IL PALLONE CAMBIA PAGNOZZI COMMISSARIO

MASSIMO FILIPPINI
A PAGINA 17

IL MOMENTO DEI RITIRI. Adattarsi al terzo posto per la Ferrari era forse doloroso, ma poi il gran premio ha preso una piega ancora peggiore. Irvine dopo 44 minuti di gara ha «bruciato» ancora una volta il cambio. Schumacher ha rinunciato a forzare e ha puntato tutto sulla regolarità. A sette giri dalla fine ha comunicato per radio ai box di avere problemi all'acceleratore. Quindi la sua rossa ha preso malinconicamente la strada del prato, fermandosi a motore spento accanto al guard rail.

WILLIAMS A QUOTA SETTE. Alla fine, malgrado un cambio gomme non proprio impeccabile, Villeneuve è riuscito a tagliare il traguardo davanti a Hill. Con questa doppietta la Williams ha vinto fin d'ora il campionato costruttori, raggiungendo il suo settimo alloro e raggiungendo quindi il record della Ferrari, detronizzata anche da quest'ultimo primato. Uno Schumacher abbattuto seduto sul muretto, la vettura spinta mestamente verso i box con le ruote sporche di terra ed erba: ecco l'immagine di una nuova delusione. Per di più davanti a un pubblico di tifosi che hanno ripiegato le bandiere del Cavallino e quelle tedesche.

Nelle pagine dei libri Alla ricerca del paesaggio perduto

Alla ricerca del paesaggio, anzi dei paesaggi italiani. Nelle pagine dei libri sei scrittori raccontano altrettante città e luoghi del paese: c'è Roma raccontata da Onofri, Lachiarella da Comoli, la Torino-Savona da Voltolini, la Valsesia di Tadini, i Colli Euganei di Mozzi, l'Appennino di Santagata. E Bertelli parla del paesaggio in pittura, cominciando da Leonardo.

ALLE PAGINE 6, 7, 8, 9 e 10

«Fonografo Italiano»

Il Novecento Come ridere per un secolo

Una buona notizia per gli appassionati di teatro comico e di varietà della prima metà del secolo: la Fonit-Cetra finalmente ristampa la mitica collana *Fonografo Italiano*. Una vera e propria rarità non soltanto per gli appassionati: si tratta infatti della più completa selezione dal repertorio dello spettacolo comico e leggero del nostro teatro.

V. CERAMI N. FANO A PAGINA 3

La Rete troppo «aperta»

Su Internet il segreto è di Pulcinella

La segretezza è il vero punto debole di Internet che sta diventando un grande supermercato virtuale. Per questo si sta lavorando per inventare programmi top secret.

A. DE MARCHI A. NAVARRA A PAGINA 4

Estate serena Con noi si può

Vi diciamo chi, dove e come viene in aiuto di chi resta in città. Dalla spesa ai farmaci a domicilio, dall'assistenza agli anziani soli ai negozi aperti, saprete proprio tutto quello che le amministrazioni locali hanno programmato per farvi vivere un Ferragosto senza troppi disagi.

IL SALVAGENTE

in edicola da giovedì 8 a 2.000 lire

Attenti allo spot missionario

C' È STATO - per dirla con l'ideologo giapponese Alfio Muschio - il periodo fighetto. Quello della «Boutique del prosciutto» al posto di «Salumeria». Dell'«Atelier dell'insalata russa» a soppiantare «Rosticceria». Del «Salotto della rucola» là dove c'era un bel «Frutta e verdura». L'era dell'imbellettamento semantico applicato alle insegne commerciali toccò punte di inaudita efferatezza, meritoriamente denunciate dalla rubrica «Botteghe Oscure» di Cuore. Erano gli anni gamuli ed ottimisti della Milano da bere. Sembrava che l'atavico metabolismo mercantile di ogni consorzio civile (tu paghi, io vendo) necessitasse - per funzionare al meglio - di un dopaggio lessicale che ne riscattasse l'ordinaria prosaicità. Fu un'overdose di kitsch postmoderno inflittasi da una società nevroticamente tesa a mascherare la sua normale anima bottegaia; un periodo in cui i sarti erano diventati stilisti e di lì a poco artisti geniali, è comprensibile che un formaggio aspirasse ad assurgere

ENZO COSTA
a pierre del pecorino.

Piano piano - però - il fenomeno si è ridimensionato. È parso sempre più evidente che tra le conseguenze della «scoperta» di Tangentopoli vi fosse anche un salutare sgonfiarsi del glamour commerciale: apparso che De Michelis e Cirino Pomicino non erano propriamente stilisti, perché credere che il mio panettiere sia un designer della michetta? Dunque un confortante ritorno alla normalità? Non proprio: se il periodo fighetto sembra esaurirsi, all'orizzonte si scorgono i segni prodromici di una nuova epoca, non meno inquietante. Qualche tempo fa ho visto in tivù un distinto signore che in uno spot-verità si esprimeva così: «La missione di Prenatal non è vendere i vestiti, è dare un servizio alla mamma». L'anima del commercio indica ciò che ha in animo il commercio: una sua riconversione etica. Un dirigente di una azienda di abiti per bambini che parla del suo mestie-

re come fosse madre Teresa di Calcutta: compiere una «missione» salvifica, fornire umilmente un «servizio». E l'ossessionante Fattoria Scaldasole? Non è - assicura compiaciuto il logorroico titolare-testimonial - una semplice azienda agricola che produce con il metodo biologico. È qualcosa di ben più alto e nobile; testualmente «Una scelta di vita».

Eccola la nuova era commerciale che si affaccia: quella fintotaluista. Eroico-caritatevole. Venditori e negozianti - smessa l'insegna-cosmetico - indossano il saio ascetico. Aspettiamoci di tutto: spot di benzine che recitano «la nostra missione non è vendere carburante ma fornire una ragione di vita alla tua auto». Commerciali di carte igieniche che sentenziano «la nostra funzione teleologica è soccorrere nel momento del bisogno». E un'infinità di pelosità mercantili: «Acquista il detersivo e salvi l'Amazzonia»; «Bevi il superalcolico e aiuti l'anomima alcolisti». Rimpiangeremo la «Milano da bere?»

MILLELIRE
STAMPA ALTERNATIVA
"TITOLI GUIDA"

in libreria e in edicola

PER ABUSO DOMESTICO

Dalla lettura della bolletta alla cronaca:
che cosa abbiamo pagato
con l'energia elettrica

GUIDA PER L'UTENTE ILLUMINATO

MILLELIRE
STAMPA ALTERNATIVA

SPENDERE POCO, CAPIRE MOLTO.