

Mercoledì 2 aprile 1997

8 l'Unità

## LE CRONACHE

## In Russia vodka più cara per decreto

Il governo russo ha infranto ieri un tabù finora inviolato dalla caduta dell'Urss, annunciando forti aumenti nei prezzi della vodka e dei superalcolici sia di produzione nazionale sia importati da altri paesi della Csi. A partire dal 15 aprile, un litro della bevanda preferita dei russi costerà il 37,5% in più rispetto ai prezzi attuali, che per la vodka di media qualità sono intorno ai 32.000 rubli (10.000 lire) per litro. Il provvedimento è stato deciso in parte per gli aumentati costi di produzione, in parte per difendere i consumatori russi dai liquori di pessima qualità e basso prezzo importati dai paesi dell'ex Urss: mezzo litro di discutibile vodka ucraina costa ad esempio a Mosca meno di tremila lire. Potrebbe però avere effetti opposti a quelli auspicati: negli anni del semiproibizionismo voluti dall'ex presidente Gorbaciov - con limitazioni alla vendita e alla produzione di alcolici - le morti per ingestione di liquori sofisticati, spesso di fabbricazione casalinga e a base di alcol metilico, subirono una forte impennata. E quell'iniziativa costò a Gorbaciov la sua popolarità: ora potrebbe succedere la stessa cosa ai nuovi governanti.

Nelle carte consegnate ai giudici Usa dalla casa produttrice le prove di una ricerca

## Liggett, una sostanza segreta per far assuefare i fumatori

Nei documenti vengono spiegate le strategie della società che fabbrica le Chesterfield e le Lark. Si stava studiando un prodotto capace di dare più dipendenza ai consumatori.

NEW YORK. Sono finalmente pubblici i documenti riservati della Liggett Group, società produttrice delle sigarette Chesterfield e Lark. E la verità che svelano non è piacevole per l'industria del tabacco: dagli anni sessanta, cioè in contemporanea con la condanna delle sigarette da parte delle autorità sanitarie, la casa produttrice sapeva che la nicotina è una sostanza tossica che da assuefazione. Ma nonostante ciò si preoccupavano di creare il numero maggiore possibile di «dipendenti». Il procuratore generale dell'Arizona, Grant Woods, ha ottenuto i documenti venerdì, secondo l'accordo pattuito tra la società e 21 stati che avevano chiesto il rimborso delle spese mediche dovute a malattie causate dal fumo. Due giorni dopo li aveva già consegnati al quotidiano The Arizona Republic.

Cosa c'è di nuovo in queste rivelazioni? Non certo la sostanza. Nel maggio del 1994 una valanga di quattro mila documenti della Brown & Williamson (producono Viceroy e Kool), arrivò nell'ufficio di Stanton Glantz, un cardiologo dell'università della California a San Francisco. I documenti rendevano pubbliche conversazioni interne sull'impatto delle sigarette sulla salute e sulla dipendenza. Particolare impressionante all'epoca fu l'ammissione del legale della società, Addison Yeaman, datata 1963: «La nicotina da assuefazione. Noi vendiamo nicotina, dunque vendiamo una droga». I documenti erano stati illegalmente trasferiti al dottor Glantz da un ex dipendente della Brown & Williamson, e in quanto documenti rubati, non poterono essere usati in tribunale. Ma evidenziarono con una certa ironia il ridicolo spettacolo dei dirigenti di tutte le maggiori case produttrici di sigarette, che nello stesso anno avevano testimoniato sotto giuramento davanti al Congresso. A domanda, «pensate che le sigarette diano assuefazione»? Tutti avevano risposto con un categorico e fermissimo «no». Il significato legale dei documenti della Liggett va dunque al di là dell'ammissione della novità delle sigarette. Fornisce le prime prove serie del complotto dell'industria per fare profitti a spese della salute e anche della vita dei consumatori. Tra le altre cose, dimostrano che la Lig-

gett a un certo punto cominciò a studiare la possibilità di usare degli ingredienti sintetici per aumentare l'impatto delle sigarette «senza la severa tossicità della nicotina». In modo piuttosto schizofrenico, la Liggett considerò delle strategie contraddittorie, che vanno dal trovare il modo per aumentare il contenuto di nicotina, a quello per diminuirlo, pur mantenendo lo stesso livello di soddisfazione del fumatore. Alcuni rapporti degli anni sessanta e settanta rivelano che le campagne di marketing individuavano come bersaglio prioritario i minori. E questo è illegale. Un consulente del Massachusetts, Arthur Little Inc., identifica fumatori potenziali tra i 16 e i 21 anni perché «quelli sono gli anni formativi in cui si comincia a fumare e si sviluppa l'attaccamento a una casa particolare». Un altro documento raccomanda un tipo di verso di pacchetto per attirare i ragazzi. Nella marea di carte, scritte in gergo tecnico e con molte referenze a ricerche chimiche, spicca un memorandum sull'etica, di un certo dottor Conning il quale si chiede: «è moralmente possibile sviluppare un metodo sicuro di somministrare una droga che provoca assuefazione, se in questo modo aumentiamo il numero dei dipendenti?». Altrove ci si chiede se fosse stato opportuno finanziare le ricerche mediche sul cancro alle vie respiratorie o sulle malattie cardiache, dato che non avevano diminuito la pressione sulle sigarette come fattore determinante delle stesse. La Liggett ha usato, come del resto tutte le altre società, tecniche particolari di marketing per promuovere il fumo tra le minoranze etniche. Neri e ispanici - si legge nei documenti - «possono essere raggiunti dalla pubblicità che capiscono, cioè quella effettuata da venditori e media neri... deve esserci sempre un'allusione razziale, che invece non è necessaria per gli ebrei». Perfino una piccola attività di spionaggio tra le fila dei rivali rivela qualcosa di più sul marketing dell'industria. La Brown & Williamson, per esempio, regalava collant e strumenti per la manicure alle studentesse universitarie che fumavano le sue sigarette.

Anna Di Lellio

## Clinton: «Basta spot tv sui liquori»

Clinton ha chiesto alla Commissione federale di vigilanza sul commercio interno di esaminare la possibilità di bandire la pubblicità per i superalcolici (ma non per vino o birra) nelle trasmissioni televisive. In una lettera spedita all'agenzia federale, Clinton ha spiegato di aver preso questa decisione preoccupato per l'effetto nocivo degli spot sui minorenni. Clinton ha anche scritto di aver optato per il bando dopo che nel giugno scorso il gruppo americano-canadese Seagram aveva deciso di rompere con la consolidata tradizione decennale dei produttori di superalcolici, che pubblicizzano solo su carta stampata, per tornare a presentare i propri liquori anche in televisione. Nel primo discorso radio del suo secondo mandato, Clinton aveva descritto la decisione della Seagram come «un'azione irresponsabile», aggiungendo che «in questo modo i minorenni saranno esposti all'alcol prima di sapere come usarlo». La Ftc da parte sua aveva aperto un'indagine ufficiale, la prima nel suo genere, sul contenuto e la frequenza degli spot per alcolici in tv allo scopo di proteggere gli utenti minorenni. I risultati dell'indagine non sono ancora stati resi noti, ma secondo gli esperti l'intervento del presidente Clinton potrebbe accelerare i tempi di un'iniziativa «punitiva» da parte della Ftc.

Milano, ucciso in casa di un'amica-cliente

## Assassinato un mago Fermata una donna che insieme al fratello portava via il cadavere

ZIBIDO SAN GIACOMO (Milano). Armando Bergamo, professione mago, è stato ucciso ieri a coltellate, a Zibido San Giacomo, vicino a Milano. L'ultima che lo ha visto vivo è una sua amica, Maria Pontecorvo e proprio nell'abitazione della donna ha avuto luogo il delitto. Adesso, lei e il fratello, di cui ancora non si conosce il nome, sono a disposizione del magistrato che li sta interrogando per chiarire i punti oscuri della vicenda, che in effetti sono parecchi. Il primo è proprio la scoperta dell'omicidio, fatta ieri pomeriggio da un passante, che in pieno giorno, nelle prime ore del pomeriggio, ha visto un uomo che si portava sulle spalle un cadavere grondante di sangue e che si avvicinava alla sua auto, evidentemente con l'intenzione di caricarvi quello scomodo passeggero. Il passante ha immediatamente dato l'allarme e l'auto è stata bloccata dai carabinieri di Abbiategrosso, giunti ancora increduli sul posto. Il conducente era il fratello di Maria Pontecorvo, che stava tentando di trafugare il corpo ormai privo di vita di Armando Bergamo.

Primo punto di domanda: come è possibile che qualcuno tenti di occultare un cadavere circolando liberamente in pieno giorno con un fardello così compromettente sulle spalle? Da una prima incerta ricostruzione pare che tutto sia iniziato con una colluttazione tra Maria Pontecorvo e la vittima, questa almeno è l'ipotesi che circolava ieri tra gli inquirenti. La faccenda non avrebbe nulla a che vedere con le pratiche magiche della vittima anche se Maria, oltre ad es-

sere una sua amica era anche una sua cliente.

C'è stato un litigio? L'uomo ha tentato di violentarla? È un'ipotesi, rispondevano ieri i carabinieri, che non erano comunque in grado di fornire spiegazioni attendibili. Maria Pontecorvo avrebbe tentato di difendersi e proprio lei potrebbe aver inferito le prime coltellate. Ma da una prima ricognizione si è rilevato che sul corpo della vittima c'erano tracce di lesioni prodotte con un oggetto contundente, forse un bastone. E qui entra in scena il fratello, che sarebbe sopraggiunto mentre era in corso il litigio. Forse è intervenuto per soccorrere Maria. È stato lui a finirlo a bastonate? Questo è ciò che ha tentato di chiarire ieri il magistrato, con un interrogatorio durato fino a tarda sera.

È chiaro che gli indizi siano tutti concentrati sui Pontecorvo, fratello e sorella, anche per quell'incauta scelta di portarsi un cadavere sulle spalle, circolando in una via che normalmente non è deserta, alla luce del sole. Il fatto è decisamente strano e insolito, al punto che i carabinieri che hanno ricevuto la segnalazione, in un primo tempo hanno pensato a uno scherzo. Si sono dovuti ricredere di fronte all'autenticità del cadavere.

La vittima, che operava come occultista nell'hinterland milanese, aveva 57 anni. Non si sa se fosse andato a casa della donna per motivi legati alla sua attività: tra i due esisteva anche un legame di amicizia. E ieri, in tarda serata, ancora non si sapeva se il magistrato avesse confermato il fermo dei due primi indiziati.

Un quotidiano arabo: stanno clonando il figlio di Saddam

## Gli albanesi, Agnelli e Blair Alla fiera dei «pesci d'aprile»

Scherzi d'ogni tipo nel mondo. Panico in Bulgaria, dove la radio annuncia la chiusura delle banche. A Budapest, «nasce» un dinosauro.



Un marinaio indossa una maschera di Boris Eltsin, in occasione del primo aprile

S. Chirikov/Ansa

ROMA. Tanti «pesci d'aprile». L'argomento più gettonato, in Italia: gli albanesi. A Santa Margherita Ligure, sono stati affissi manifesti con lo stemma del Comune che ordinavano ai proprietari di seconde casefitte di cedere gli alloggi ai profughi. E ancora: annunci di piazze requisite, di nuove tasse, di adozioni obbligatorie, tutto per far fronte all'«emergenza albanesi». Insomma, scherzi destinati a ridicolizzare, fingendo di assecondarla, l'incomprensibile «psicosis» che sembra aver colpito gli italiani.

Altro tema supergettonato: i vip. Non è chiaro se sia un «pesce d'aprile» la notizia pubblicata dal giornale inglese «Daily Mail». Secondo il quotidiano, sarebbe in atto una crisi nel matrimonio, avvenuto solo alcuni mesi fa, di Giovanni Alberto Agnelli ed Avery Howe. «Un «pesce d'aprile», nessun dubbio», dice a un'agenzia di stampa un dirigente anonimo della «Piaggio». Ed ecco un «pesce d'aprile» vero, indiscusso. In Ungheria, lo zoo di Budapest è stato preso d'assal-

to, ieri mattina, da una folla di visitatori ansiosi di vedere schiudersi un uovo di dinosauro riportato in vita da una squadra di 17 scienziati. L'uovo, trovato l'anno scorso in Ungheria, avrebbe dovuto schiudersi nell'arco di 24 ore. La delusione è stata grande quando si è scoperto che la notizia dell'imminente nascita del dinosauro altro non era che un tiro birbone giocato in occasione del primo d'aprile dal serissimo quotidiano nazionale «Magyar Hirlap».

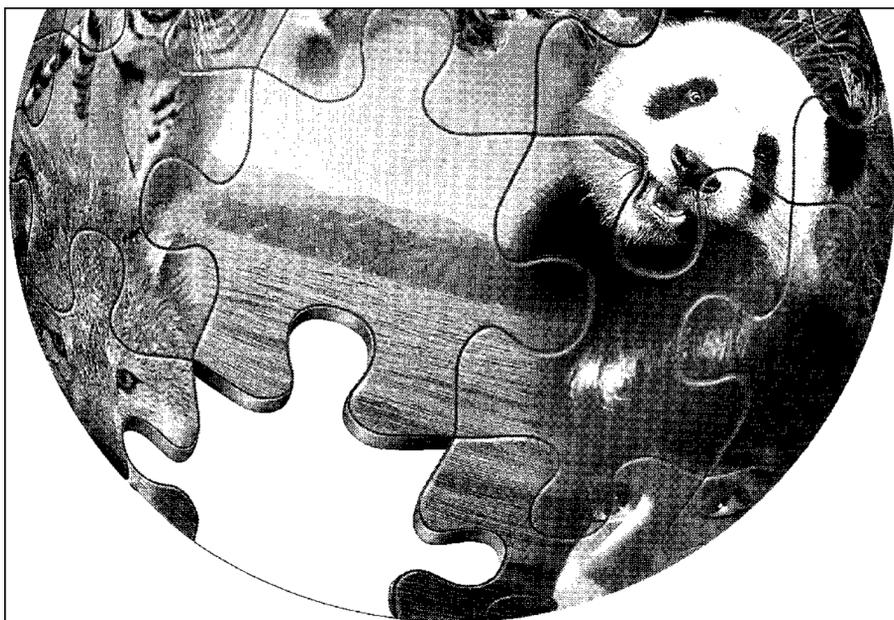
Una radio di Plovdiv, la seconda città della Bulgaria, ha annunciato la chiusura a tempo indeterminato di tutte le banche del paese per alcuni controlli sull'origine dei loro fondi. Panico. Non tutti hanno preso con spirito lo scherzo. «Questo paese è già abbastanza assurdo senza che ci sia bisogno di scherzi», ha protestato un ascoltatore inferocito. Sempre in Bulgaria, è stato annunciato che il governo invierà un suo ambasciatore nella città perduta di Atlantide.

In Finlandia, ha creato scompiglio tra i genitori una notizia diffusa dalla

radio: il governo intende introdurre una tassa speciale sui ragazzi maschi per coprire le spese causate dal loro comportamento aggressivo e distruttivo. La tassa - ha spiegato la radio - ammonterebbe all'equivalente di circa 400mila lire, per i ragazzi tra i 16 e i 18 anni, l'età con la più alta incidenza di atti vandalici.

Il quotidiano arabo «Al-Hayat» ha annunciato l'imminente clonazione di Uday, primogenito di Saddam Hussein, rimasto parzialmente paralizzato in un attentato, da parte di un'equipe di specialisti in genetica negli Usa. L'obiettivo sarebbe quello di creare organi per rimpiazzare quelli rimasti danneggiati nell'attentato. La notizia è stata rapidamente smentita dal giornale dopo che i centralini sono stati tempestati di telefonate.

Ed eccoci a Margaret Thatcher. È pronta a cambiare casacca politica, dice seriamente il quotidiano «Independent»: sarà la prossima ambasciatrice britannica negli Stati Uniti subito dopo la vittoria dei laburisti di Tony Blair.



Ci sono tante creature che non possono fermare il degrado del pianeta.

Tu puoi.



WWF 2000  
CAMPAGNA PER UN FUTURO SOSTENIBILE

LET'S LEAVE OUR CHILDREN A LIVING PLANET.

**SÌ**  
voglio fare la mia parte.

Voglio aiutare la Campagna per un Futuro Sostenibile del WWF e avere un contributo di lire:

100.000  50.000  20.000

Cognome: \_\_\_\_\_ Nome: \_\_\_\_\_

Via: \_\_\_\_\_ Città: \_\_\_\_\_

CAPI \_\_\_\_\_ Località: \_\_\_\_\_

PROV. \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_

Mandatemi maggiori informazioni su come posso aiutare la Campagna WWF 2000.

Compila e spedisci questo coupon in busta chiusa a:  
WWF - Via Garigliano 57 - 00198 Roma  
(Fax n. 06/85300612)