



DOMENICA 31 MAGGIO 1998

Disney ha distrutto la Florida, ma rischia di fare di più: la denuncia del popolare romanziere Usa Carl Hiaasen

Dalle truffe per fondare il celebre parco a tema fino alle diaboliche strategie economiche. Un libro abbatte il mito della grande fabbrica di divertimenti

Qui accanto, il Colosseo «travestito» da cane dalmata per il lancio della nuova «Carica dei 101» prodotta lo scorso anno dalla Disney



Disney

L'invasione degli ultratopi



Uno scrittore contro la corruzione

«Team rodent» del quale parliamo in questa pagina. Il più famoso di suoi thriller (anche se non lo avete letto lo conoscete almeno di nome) è «Strip-tease», perché lo avete visto al cinema nel film omonimo interpretato da Demi Moore. Il libro è uscito anche in Italia, insieme ad altri quattro: «Biscayne Bay», «Key Largo» e «Alta stagione». Ancora fresco di stampa (per la Baldini&Castoldi) è «Aria di tempesta», irresistibile e sgangherato affresco di un gruppo di individui (due sposini freschi di luna di miele, un venditore di case-mobili, un cacciatore di vipere...) che cercano di trarre vantaggio da un uragano che ha devastato la Florida.

Mistery e satira vanno a braccetto nei romanzi di Carl Hiaasen, scrittore americano, ma soprattutto «floridiano». Ovvero, nato e cresciuto in Florida (Fort Lauderdale) e molto orgoglioso di esserlo. L'amore per la sua terra è infatti il motore principale del suo lavoro: lui, che è stato giornalista di cronaca nera, scrive ancora tutte le settimane sul «Miami Herald» denunciando scandali e corruzione locali. Non solo: tutti i suoi libri (ne ha scritti una decina da solo e un paio insieme a Bill Montalbano) sono ambientati in Florida e ognuno di loro è occasione per ribadire come interessi loschi e meno loschi abbiano rovinato per sempre quel paradiso. Compreso l'ultimo lavoro appena uscito negli Usa,

Uniti (editore Random House) e di cui ieri il quotidiano inglese The Guardian si è affrettato a pubblicare un estratto.

Disney World, dice Hiaasen, è una trappola diabolica. È pericolosa, infida, ha mire planetarie. Diverte i bambini (non solo loro), ma ha elaborato una strategia economica e simbolica dal potenziale distruttivo. Per il mercato, per la mentalità di chi lavora o si muove nel suo indotto, per il nostro immaginario. Dati alla mano, piglio da cronista, lo scrittore parte da elementi locali. Una multinazionale, dice, «ha cambiato la faccia di un intero stato, la Florida». Il danno più grosso non è mica Disney World in sé (che giudica «decisamente pulito, ben gestito e relativamente sicuro»). Non è neanche la distruzione di pascoli, praterie e paludi effettuata per lasciar posto alla «banda del Topo». Il vero colpo al cuore, Disney l'ha dato alla mentalità degli abitanti che ha convertito alla religione del successo e del guadagno. «Tutto quello che la compagnia tocca si trasforma in oro, e così tutti in Florida desiderano pazzamente toccare o esser tocca-

ti da Disney. I cancelli si sono aperti, e ora ci galoppiano mandrie giovani». Entrare a far parte di questo business da favola è diventata un'ossessione. Si fa di tutto pur di accaparrarsene una fetta, o almeno per catturare il maggior numero di turisti in visita: magari anche solo noleggiando un'auto.

Del resto la mole di affari è spaventosa. Si calcola che a partire dal Duemila i visitatori annuali si aggireranno sui 46 milioni, una cifra biblica. «La missione Disney in Florida è fondare uno stato sovrano dentro lo stato, una mecca privata del divertimento dove ogni famiglia americana occupata vada almeno una volta all'anno e possibilmente più volte».

L'egemonia disneyana, dice Hiaasen, rasenta la perversione: «I bambini americani che andavano a Disney World negli anni '70 ora ci portano i propri figli perpetuando un ciclo di acculturazione brillantemente concepito». L'ideale è riprodurre lo stesso schema su scala mondiale. C'è un messaggio implicito dietro tutto questo: «Che i valori americani debbano riflettere quelli Disney, e non viceversa».

Monumento all'accrescimento economico, l'impero Disney nasconde lati neri nella sua storia più recente. A metà degli anni '60 i proprietari terrieri in Florida cominciarono a ricevere offerte di acquisto «non abbastanza alte da destare sospetti» ma abbastanza alte da indurre subito i proprietari a vendere. La Disney acquistò 24.000 acri di terreno come tanti pezzi di una coperta patchwork. Nessuno, neanche chi aveva venduto il terreno, era a conoscenza dell'operazione che c'era dietro finché un incredibile colpo immobiliare non trasformò migliaia di ettari «nella più popolare centrale dei divertimenti». Hiaasen ricorda le tappe successive, la nascita del Reedy Creek Improvement District, comitato dal «nome innocente», in realtà vero e proprio «Vaticano con le orecchie da topo» e il suo affermarsi come organismo di controllo controllato dalla stessa Disney! Un bell'inghippo amministrativo che tutti conoscono ma che nessuno riesce a stanare. Il «magico mondo Disney» è una roccaforte intoccabile. Diabolico, dice Hiaasen, come può esserlo qualcuno che riproduce il mondo secondo una logica di perfezione.

«Ma non tutti gli uccelli cantano dolcemente. Non tutti i laghi sono blu. Niente del mondo reale può essere copiato e abbellito in nome del divertimento». Sennò non ci si salva. Sennò una leonessa di nome Nala, ma vera, può diventare un dramma nazionale.

Roberta Chiti

Qualche tempo fa una leonessa scappò dal «Jungle Land», uno zoo della Florida che registra quotidianamente il tutto esaurito per un semplicissimo motivo: si trova sulla statale 192, la strada che porta a Disney World. Bene: l'animale, chiamata Nala in omaggio alla protagonista femminile del *Re Leone*, riuscì a superare fossati e cancelli, eluse la sorveglianza di centinaia di sorveglianti e si infilò, nel panico generale, in mezzo al più grande parco a tema del mondo, Disney World appunto. Se la cavò per tre gloriosi giorni. La gente delirava: credeva di poter essere mangiata viva da un momento all'altro. La

febbre cresceva man mano che si moltiplicavano le ricerche, condotte con l'aiuto di elicotteri e perfino satelliti. Alla fine del terzo giorno fu trovata, dignitosamente ingrunnata, vicino a un cespuglio. Si fece prendere, fare un'iniezione di tranquillanti e riportare in gabbia in mezzo a un generale sospiro di sollievo. Il pericolo era stato scongiurato. Disney World poteva riprendere la propria vita normale nello splendore della propria diabolica artificiosità.

L'episodio lo racconta, come una parabola grottesca ed esaltante, lo scrittore Carl Hiaasen.

Americano, Hiaasen ha sviluppato un odio scientifico e profondo per Disney World, braccio turistico dell'Olimpo Disney. Probabilmente fra le ragioni di questo accanimento critico ce n'è una terra e terribilmente valida: Hiaasen abita proprio lì, in Florida, anzi in un'isoletta prossima alla costa sud, che rischia di diventare una tappa per le orde di pellegrini disneyani in cerca di svago supplementare... Comunque sia, lo scrittore ha sviluppato da quest'odio una sua personale ricerca filosofica che si è conclusa in un libro, *Team Rodent*, la banda dei roditori, appena uscito negli Stati

Gli affari sono affari: Riefeser firma un accordo con l'organo del Pcc. Riguarda anche «Nazione» e «Giorno»

Gli scoop del Carlino grazie al «Quotidiano del popolo»

GABRIELLA MECUCCI

GLI AFFARI sono affari. Ideologie, scelte politiche e quant'altro non possono che cedere il passo alla fredda, implacabile logica del business. Devono aver ragionato così i responsabili del gruppo Monti (*Nazione*, *Resto del Carlino*, *Giorno*) quando hanno deciso di stringere un accordo con il *Quotidiano del popolo* di Pechino per scambiarsi servizi e cultura. Sì, avete capito bene uno delle catene d'informazione più vigorosamente anticomuniste, più accanitamente antisinistra ha firmato un'intesa con l'organo ufficiale del partito comunista cinese. Sfrenate la fantasia: che cosa il

Quotidiano del popolo può inviare ad un giornale supervenduto a Modena o ad uno ben piazzato nella provincia lombarda? Notizie poche, non sono la sua specialità. Quando ci sono, preferisce tacerle. Potrebbero arrivare, però, parecchi bei comunicati del partito comunista cinese, pubblicati in prima pagina e in bella evidenza. Da ora in poi saranno gli scoop internazionali del *Resto del Carlino*.

Il *Giorno* potrebbe avvalersi delle cronache sui progressi economici cinesi, hai visto mai che il ricco e fantasioso imprenditore del Nord Est volesse mettere su una

fabbrichetta sotto Pechino? Non si illuda, di informazioni ne troverebbe poche e tutte pilotate, ma basta aver pazienza e acume che alla fine qualche notizia fra le righe spunta fuori. Anche la *Pravda* se la sapeva leggere...

La *Nazione* potrebbe frugare negli archivi del quotidiano cinese. Una bella «terza pagina» con i discorsi di Lin Piao o con le magnifiche campagne della banda dei quattro non sarebbe male. Se poi ci aggiungi, magari come gadget, tutti i record di nuoto battuti dal grande timoniere, il mix è perfetto: transennate le edicole! Forse è sperare troppo, ma

si potrebbe chiedere anche di rileggere la bella cronaca che il *Quotidiano del popolo* fece della Tien An Men.

Ma lo scambio fra i contraenti dell'accordo non sarà tanto sugli articoli, ma - come dice l'agenzia che lo annuncia - anche sui servizi. Cioè, la cronaca di Carpi distribuita a spese degli industriali di Shanghai? O magari stampata in una tipografia di Pechino? È inutile, più la rigiri e più spunta fuori l'invidia per un'operazione di cui non si riescono nemmeno ad individuare tutte le implicazioni informative, culturali e politiche. E, poi, presto ci sarà una nuova inte-

sa che riguarnerà anche la pubblicità. Siamo di fronte all'affare del secolo!

Recentemente Massimo D'Alema è andato in Cina e pare che ai dirigenti comunisti non gliene abbia risparmiata una sui diritti umani. I giornali italiani hanno raccontato di queste critiche, ma forse - *Unità* compresa - non hanno dato sufficiente attenzione alle ragioni dei cinesi. Se qualche nostalgico militante comunista emiliano con cuore maoista volesse conoscere la nota ufficiale del pcc sull'argomento, adesso saprebbe dove trovarla. Prima pagina del *Carlino*, scritta in ideogrammi.



Ogni lunedì due pagine dedicate ai libri e al mondo dell'editoria

