

## Le interviste mancate al premier D'Alema E quelle sempre sicure di Emilio Fede

CIARNELLI &amp; GARAMBOIS

Per mandare il suo «secondo avviso» a Fabrizio Rondolino, colpevole innanzitutto di averlo inserito nella categoria dei suoi amici e in più in quella dei giornalisti supplicanti per ottenere un'intervista di Massimo D'Alema, Curzio Maltese ha intinto la penna nel curaro ed ha scritto una bella lettera a «Panorama». Obiettivo: chiarire ancora una volta qual è la sua posizione nei confronti del rondoliniano esercizio di letteratura. «Secondo avviso» appunto, e del medesimo autore. All'origine l'intervista rilasciata dall'ex cura-

re dell'immagine del premier che ha preferito lasciare l'incarico dato che la sua persona e l'eco del suo libro, nella semplicità che caratterizza i media, andavano troppo sovrapprendendosi con quella del suo datore di lavoro. Un addio che è stata anche l'occasione per togliersi qualche sassolino dalla scarpa. Colpi di fioretto non sono mancati per Curzio Maltese che si è visto dare, ribadisce lui, «del killer, dello squadrato e, quel che è peggio per me, anche dell'amico suo», scrive nella missiva il giornalista di Repubblica, che ci tiene anche a ricordare che il suo è un antedilemismo d'annata e che quindi (a parte per il tutto) il suo scarso ap-

prezzamento dell'addio di Rondolino non avrebbe dovuto sorprendere più di tanto. «Per quale ragione dovrei supplire il sottopancia di D'Alema di incontrarlo?» si chiede stupito Maltese. Forse perché una chiacchierata col premier non è poi da buttar via. Anche se non lo si ama. Anzi. Giornalisticamente sarebbe stata ancora più interessante. Peccato, se è andata come dice lui, che non abbia pensato a chiederla quella intervista.

C'è grande e grande. Se per ora abbiamo perso la possibilità di leggere un'intervista di Curzio Maltese a Massimo D'Alema, Emilio Fede non ci delude mai. Ed ecco che dal 12 marzo, alle



22,40, su Rete4 il direttore torna alla carica e propone una serie di incontri tutti al femminile. Non si tratta né di politiche, né di scienziate. Ma il fedele Fede ci porterà per mano attraverso i «vizi e le virtù» di Simona Ventura, Sabrina Ferilli, Nancy Brilli, Maria Grazia Cucinotta, Natalia Estrada, Elenore Casalegno che rice-

veranno il giornalista e il pubblico in casa loro in modo da poter essere conosciute meglio e più da vicino.

Carriere Mediaset. Dopo la nomina di Giorgio Gori a direttore dei palinsesti delle tre reti Mediaset il suo posto è stato preso da Roberto Giovalli. 42 anni, che da giovedì è il nuovo direttore

di Italia 1. Un uomo azienda, tranne che per qualche anno, con una grossa esperienza accumulata nelle pay tv. Il che di questi tempi non guasta.

Zapping sportivo. È dedicata a chi ama solo gli avvenimenti sportivi e a chi il telecomando lo usa più per rincorrere un pallone che per altro, il nuovo inserto televisivo dedicato esclusivamente all'universo dei programmi sportivi via etere e via satellite che esce dalla settimana scorsa abbinato a Tuttosport del venerdì. In quattro pagine il fascicolo fornirà anche informazioni su come abbonarsi alle pay tv, sui costi e sulle apparecchiature tecnologiche necessarie per riceverle.

### Riviste

«Elliot», quando la boxe va a braccetto con la scrittura

VALERIO BISPURI

È nata una nuova rivista letteraria, ma sembra di più un libro. «Elliot» (editore Bomaye, lire 16.000 in libreria) è costruita con racconti inediti e fotografie a tema. Nel primo numero le foto sono di Piero Pompili. In copertina c'è il mezzo viso di un pugile, sudato, stravolto, con l'occhio che guarda fisso, quasi volesse uscire dalla pagina. Poi lo stesso uomo è fotografato nudo, di spalle, davanti agli spogliatoi. Di seguito c'è il racconto di Raymon Carver, un inedito, come sono inediti gli altri scritti di John Fante, E.E. Cummings, Julian Cope, Werner Herzog, Vikram Chandra. Gli italiani sono Serafino Murri e gli esordienti, Rocco Fortunato e Piero Rinaldi.

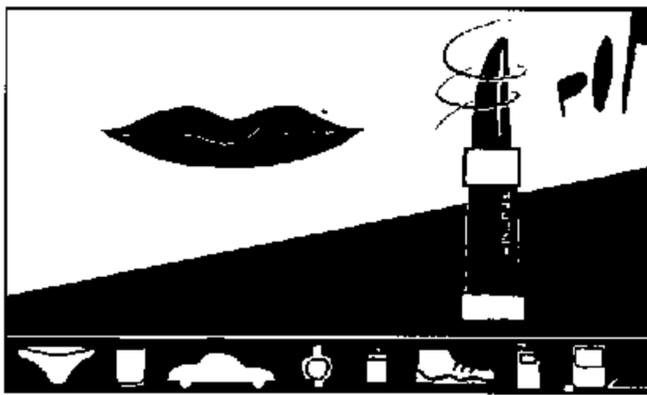
Un progetto ambizioso e originale, quello abbinare la fotografia a racconti ancora mai pubblicati, di grandi e piccoli scrittori, dando spazio a chi scrive e non è ancora conosciuto e contemporaneamente scoprendo nuovi pezzi di chi è amato e apprezzato dal mondo letterario.

Gli occhi sono attratti dalle foto dei pugili, dai loro particolari strazianti. I racconti coinvolgono ed entusiasmano. Ne «I taccuini di Augustin», Carver descrive un momento di un uomo e una donna, il loro scoprirsi e sopportare, il modo di prevaricarsi che si sfoga nel sesso, nel movimento. Un altro racconto è di Julian Cope, «Head on», dove la musica e l'America appaiono e scompaiono, come le luci psichedeliche, anima e corpo del gruppo musicale che vaga alla ricerca di un pubblico, di un luogo. Uno degli esordienti italiani è Rocco Fortunato, musicista e scrittore. Nel suo splendido racconto parla dei problemi di chi è malato ai reni, della dialisi e del mondo che circonda vecchi e giovani pazienti, costretti a subire l'ago nelle vene, nell'attesa del trapianto. Viene da domandarsi se la foto del pugile con gli occhi chiusi che «interrompe» lo scritto sia casuale o cercata, per accompagnare la sofferente ironia di Fortunato.

«Elliot» è qualcosa di diverso e autentico nel panorama culturale. «Elliot» ha il pregio di rischiare, di unire immagine e scrittura inedita, in più in una veste grafica splendida. Il racconto finale è di Vikram Chandra, il nuovo e talentuoso scrittore indiano, un poliziesco intrigato, psicologico, giocato più sul non detto che sull'azione, come piace a Chandra. L'ultima pagina della rivista è una foto di un uomo di colore nudo, che piega la testa, forse dopo essere stato sconfitto in un combattimento, o forse è solo chiuso nei suoi pensieri.

## Réclame

di Maria Novella Oppo



Gli spot delle automobili

## Il cavallo che Nuvolari era capace di domare

Anche le automobili si vergognano. O forse si vergognano i pubblicitari che devono a tutti i costi farcele comprare. E per farlo vogliono assolutamente cancellare dalla nostra mente ogni memoria del nostro presente ipermotorizzato e superinquinato. Per questo ci mostrano la macchina solitaria, campestre, per lo più ferma e a motore spento, lontana comunque dall'ammucchiata di tubi di scappamento in cui viviamo. Perché torni ad apparirci quell'auto primigenia dei nostri sogni preindustriali, quel cavallo che solo Nuvolari poteva domare, quell'opera unica e irripetibile che ci faceva evadere dalla nostra schiavitù seriale.

Ecco quindi che gli spot (il nostro sogno più ricorrente), ci mostrano le macchine nelle condizio-

ni più oniriche e in situazioni del tutto estranee al traffico autostradale. Ci hanno fatto vedere automobili che giocano a pallone in esterni metafisici, che scendono dai monti sciando, che solcano l'asfalto a vela. Ogni invenzione poetica va bene per farci guardare le macchine come puri oggetti di desiderio, al di là delle loro stesse prestazioni, che non interessano più. Non la velocità, ma il confort; non la potenza rombante ma la silenziosa sicurezza di chi può attraversare la campagna senza svegliare gli uccellini. E quando si è trattato di rottamazione, si è puntato tutto sul prezzo. Neppure per farci abbandonare il nostro ferreo vecchio ci hanno voluto rivelare che appesantiva l'aria. Si è trattato piuttosto di un'offerta che non potevamo pro-

priorifutare.

Ora però siamo a una fase ancora più avanzata. I nuovi spot delle case automobilistiche, di automobili non ne parlano proprio. La rimozione è completa e, per dirla una soltanto, la Citroën ha scelto come testimonial un ciclista, il grande Pantani, che è quanto di più lontano dal motore a scoppio. Cosa c'è infatti di più bello ed ecologico della bicicletta? Cosicché, per via mediata e subliminale si induce lo spettatore e futuro compratore ad assimilare il motore francese al motore umano, al grande cuore del mondo che pulsa dentro di noi e fa andare per simpatia anche le quattro ruote.

Ma che bel pianeta. E che ne faremo del petrolio? Lo lasceremo agli arabi, che ce lo fanno pagare

tanto caro. A noi le macchine non servono che per ammirarle. Al massimo per scendere e per salire, come si vede nei nuovi spiritosi spot della Mercedes Benz, che sembrano pubblicizzare calze da donna e lasciano la bella vettura in sottofondo. In primo piano ci sono delle signore spiate da un bel ragazzino mentre salgono al posto di guida e mostrano qualcosa di più delle gambe. Finché non arriva, in scioltezza, la donna che guida la Mercedes, macchina antisguardo che allo spione non lascia vedere proprio nulla. Come mai? La posizione di guida è una misura di decenza. L'auto parte e fa volare, per lo spostamento d'aria, il gonnellino di un uomo in kilt. Che cosa ci facesse uno scozzese nei paraggi non è chiaro, così come rimane oscuro il nesso tra la macchina (che non si vede neanche) e le chiappe. Forse che dovremmo comprarci la Mercedes solo per non far vedere le mutande? Il ragionamento naturalmente è più complesso. L'automobile vuole farci credere di essere dalla parte delle donne. Non è uno strumento di volgare esibizionismo, ma anzi un modo di stare al riparo da sguardi indiscreti e addirittura di vendicarsi delle intrusioni maschiliste. Tanto che a essere «smutandato» alla fine è l'uomo.

Questo, se abbiamo penetrato il mistero, sembrano aver pensato i simpatici e complicati creativi (Luca Maroni e Anna Montefusco) dell'agenzia Ammirati Paris Lintas, che si sono rivolti per il filmato alla casa di produzione Filmaster e per la musica a Carly Simon e alla sua «You're so vain». La «location» è in quel di Nizza, ma potrebbe trattarsi di un luogo qualsiasi di questo mondo. O di quell'altro.

### Mappamondo

La Cina e Internet  
Jan Zemin si adegua al mercato globale

ALBERTO NERAZZINI

Certo, è arrivato un po' in ritardo, ma anche Jan Zemin ha deciso di aprire una pagina privata su Internet. Dopo quelli di Bill Clinton, Boris Eltsin e la regina d'Inghilterra, è pronto un sito dove sarà raccontato tutto (o quasi) sul capo dello Stato cinese, dal suo amore per la musica classica fino alla predisposizione al ballo, con tanto di foto. La decisione dell'ultrasettantenne Zemin in qualche modo prova come l'atteggiamento delle autorità cinesi verso Internet sia cambiato e come un altro tabù sia caduto. In un primo tempo il Governo ha snobbato Internet, poi lo ha considerato un pericoloso - poiché incontrollabile - strumento di espressione per il dissenso, ma oggi dimostra di essersi ricreduto e investe sulla creazione di una efficiente rete telematica. Un cambiamento di rotta improvviso e sorprendente che cela una chiara strategia economica: per riuscire a garantirsi un nuovo periodo di sviluppo, e per non rischiare di essere tagliata fuori dal mercato globale, la Cina avrebbe deciso di rendersi competitiva anche nel campo della tecnologia.

Il «Far Eastern Economic Review», settimanale indipendente di Hong Kong, con una interessante inchiesta analizza il nuovo «amore» della Cina per Internet: Pechino ha annunciato che, entro la fine dell'anno prossimo, intende avere l'80 per cento dei governi locali e delle compagnie collegate in rete. E per quanto riguarda le infrastrutture, si sta già lavorando da mesi, in seguito agli accordi che China Telecom ha raggiunto con Microsoft e Netscape. Anche gli utenti privati di Internet, oggi circa 2 milioni, sono destinati ad aumentare vorticosamente, fino a raggiungere, stando alle ultime stime, 110 milioni nel 2000.

La Cina, che sarà presto la seconda nazione al mondo, dopo gli Usa per collegamenti, dovrà comunque fare i conti con l'aspetto «libertario» di Internet: come intervenire, per esempio, sulla diffusione della pornografia e delle opinioni anti-regime? Per i due leader Zemin e Rongji, entrambi ingegneri, saranno più i guadagni che i problemi. E per il momento i «sovversivi telematici» rischiano grosso. Come il giovane Lin Hai che, accusato di aver messo in rete una pubblicazione del dissenso che ha base negli Usa è stato condannato a due anni di carcere.

GARE • BILANCI • ASTE • APPALTI

# LA LEGGE È UGUALE PER TUTTI.

(SU L'UNITÀ PERÒ COSTA MENO)

Se la pubblicità è un obbligo per legge, il risparmio è un diritto. Con l'Unità potete acquistare spazi per gare, bilanci, aste ed appalti (legge n° 67/87 e D.L.vo n° 402 del 20/10/98) ad un prezzo decisamente promozionale, certi di essere letti dalle persone che contano. Il prestigio di una grande visibilità alla portata di tutti gli Enti e Ministeri.

Per informazioni e preventivi telefonare allo 06 • 69996414 o allo 02 • 80232239

Quotidiano di politica, economia e cultura

## l'Unità

