

# Moro, un omicidio per conto terzi

**FICTION** A Roma Mediaset ha presentato il film tv sul rapimento di Aldo Moro in onda il 5 e 6 maggio e con Michele Placido nel ruolo dello statista. In risalto le ombre di Stato sulla vicenda...

di Stefano Miliani

**U**na Dc al vertice spaccata sulla linea della fermezza perché Fanfani avrebbe voluto trattare per liberare Moro dalle Brigate rosse. Non ne esce bene la Dc, nella persona di Andreotti primo ministro granitico e freddo, e di Cossiga ministro dell'interno, più lacerato e meno granitico e però sfuggente. Tormentato da rimorso Zaccagnini. Ne esce meglio Fanfani. Moro è lo statista pienamente lucido fino in fondo, capisce, disperatamente avvinghiato a cercare, dal suo loculo-prigione, una via che lo salvi da morte certa. Ma lo Stato italiano, nonostante gli sforzi di suoi funzionari nei servizi d'intelligence, non si adopera fino in fondo per catturare i brigatisti. Perché qualcuno di non meglio specificato, in alto, non voleva che Moro si salvasse. Un Mario Moretti, il capo Br, umano, troppo umano, comprensivo e rispettoso verso il prigioniero, che vorrebbe forse salvarlo ma sul cui vero ruolo molte cronache lasciano molte ombre che qui non compaiono. Il qui è Aldo Moro il presidente, la fiction di circa canale5 che trasmetterà in due puntate il 5 e 6 maggio e che ieri Mediaset, con Confalonieri e Casini, ha proiettato nel Palazzo Marini a Roma, appendice della Camera dei deputati. E il senso del-



Michele Placido nella fiction di Canale5 «Aldo Moro, il presidente»

la fiction sta in quanto appena detto. Visto come ne esce, con una freddezza decisamente sgradevole, non stupisce che a fine proiezione Andreotti non abbia applaudito. «Grande emozione - commenta - però non si poteva trattare, dovevamo difendere la libertà di tutto il popolo». La stessa linea mantiene Forlani: «Alcuni aspetti sono stati accentuati eccessivamente. L'idea della non trattativa era generalizzata. Il Fanfani che vediamo è eccessivo, è inventato. Non si oppone, c'era accordo totale». In sala non hanno battuto le mani neanche Emilio Colombo, Remo Gaspari e Claudio Signorile, nell'allora Psi di Craxi la cui linea di apertura viene appena accennata. La sinistra compare in immagini di repertorio con il comizio del segretario della Cgil Lama, subito dopo il rapimento, che bolla i terroristi come «assassini». E il suo rimando televisivo scuote i brigatisti: la Faranda vacilla, Prospero Gallinari no, è «duro». Il Partito comunista non si vede mai direttamente: è Andreotti che se ne fa scudo usando la li-

nea della fermezza di Berlinguer. Il film affronta vicende ancora brucianti. I familiari di Moro e delle altre cinque vittime della scorta (Oreste Leonardi, Raffaele Iozzino, Domenico Ricci, Giulio Rivera e Francesco Zizzi) erano assenti perché non volevano essere «strumentalizzati». Amareggiati: doveva essere una proiezione privata, renderla pubblica ha cambiato il senso. La fiction ha avuto in Michele Placido il protagonista nel ruolo del dirigente democristiano rapito il 16 marzo 1978 in via Fani con strage della scorta e ucciso il 9 maggio con cadavere lasciato in una Renault in via Caetani, vicino

**Ma le Br furono così autonome e Moretti così tenero? Andreotti gelido nel film e in sala**

alla sede dello Scudo crociato in piazza del Gesù. Del film tv ieri Mediaset ha proiettato poco meno di due ore sulle tre totali, per cui qualcosa nel discorso che segue potrà mancare. Però la sostanza s'è vista. E la sostanza è: qualcuno, non si sa chi, ha impedito agli agenti - bloccando l'autorizzazione per 32 giorni - di perquisire una tipografia dove si stampavano i volantini Br; se perquisita in tempo avrebbe potuto virare altrimenti l'esito alla tragedia. E Moro-Placido, nella prigione, quando vede i giornali rescontare della stranissima esplorazione nel lago di montagna della Duchessa, comprende che è un messaggio a qualcuno e non si salverà. La «condanna», sottintende la fiction, non era inevitabile. Il film tv girato da Gianluca Maria Tavarelli è, appunto, un film tv: impiega sequenze d'archivio, riprende Moro mentre «sogna» in riva al mare (sognava anche il Moro di *Buongiorno, notte*, film più potente ed efficace di Bellocchio). Non ha troppi registri, però nel suo genere regge e non delinea con l'ac-

chetta i personaggi. Potranno però irritare i familiari Moro e della scorta e le vittime del terrorismo le lacerazioni finanche etiche dei terroristi. La fiction irrita un po' quando indugia su un piano solo il ruolo di colonna sonora in sequenze come l'attentato in via Fani (altro fatto sulla cui ricostruzione esatta pesano molti dubbi che qui non si vedono per cui diventa un'azione tutta militare). Si può dire? Sì: la musica sembra dar un tono troppo «poetico». Può anche irritare l'immagine in fondo tenera che la fiction regala a Moretti: umanamente comprende Moro, lui lo rispetta e lo capisce più degli altri brigatisti (che rispettosamente lo chiamano «presidente» fino alla fine), e su questo rapporto a due è impennata buona parte della trama. Mah! Nota a margine su qualcosa di poco elegante: Confalonieri, segnala che «nell'anno in cui moriva tragicamente Moro nasceva la prima delle tv di quello che sarebbe diventato l'attuale gruppo Mediaset, Telemilano». Che bella soddisfazione.

**DISCHI NUOVI** Abbiamo ascoltato «Hard Candy». Perfetto, grazioso, tuttavia noioso

**Madonna, la caramella è un po' «ciucciata»...**

di Silvia Boscherò

Madonna non è scesa dalla dancefloor. Sta ancora lì, sulla pista da ballo, inguainata in pelle o col bustino color carne, a shakerare il fisico da venticinquenne in sincrono col «coetaneo» Justin Timberlake. Sono passati tre anni dal disco precedente ma per il nuovo album *Hard Candy*, l'undicesimo, la mutazione (perché da lei ci si aspetta sempre che cambi completamente pelle) non è ancora avvenuta. Sarà che questo è l'ultimo album per la Warner e poi si partirà, a cinquant'anni, verso nuovi lidi con un nuovo contratto stratosferico. L'impegno c'è tutto: stipendiare i tre migliori produttori e artisti di R&B in circolazione («i miei autori preferiti», come confessa la signora) e consegnare loro il nuovo sound dell'ultima diva del pop. Tutti in fila a lavorare duro per la ditta Ciccone («io sono un tipo anale - esordisce all'intervistatore per nulla sorpreso - e lavoro scrivendo tutto con metodo e ordine»).



Danja Hills e Kanye West come special guest. Insomma, i Re Mida del pop afroamericano. Dalle loro mani fiate ecco arrivare (esce venerdì) un disco rosa come una caramella (candy, appunto) e come una caramella ultima generazione, sintetico al cento per cento. Mica un male, figuriamoci! Gli unici strumenti veramente suonati sono di tanto in tanto una chitarra (che lo rende un po' più umanamente funky) e una tastiera. Il resto, tutto orientato sulla disco e (raramente) sull'hip hop, è produzione ai massimi livelli, sofisticazione pura, con una cura maniacale per il ritmo,

vero protagonista del tutto. È sul ritmo: spezzato, irregolare, pieno di cambi repentini, che si concentrano le maggiori intuizioni di questo *Hard Candy*, il resto è *Confessions on a dancefloor* (il disco precedente) un po' meno futuribile e meno riferito alla dance Settanta-Ottanta. In realtà musicalmente ci troviamo tracce di qualsiasi cosa, come se un disastro atomico avesse fatto piazza pulita e i poster, giunti sul luogo molti secoli dopo, avessero deciso di ricostruire la musica scomparsa attraverso l'assemblaggio di tanti minuscoli frammenti rinvenuti. Un ibrido dell'ibrido, un pulviscolo di generi «da ballare» senza grandi intuizioni melodiche, come se i vari Timbaland e Pharrell avessero già sparato le loro cartucce migliori per altre super produzioni. Per di più che la formula, tranne in un paio di pezzi come *Spanish Lesson* (con un accenno flamenco) e *Miles Away* (che inizia con un'acustica), si ripete per tutte le canzoni (trophe, dodici) tanto che arrivati a metà ci si chiede se sono veramente i primi cinque brani ad essere i migliori (sicuramente lo è *Candy Shop*) o se è il livello di sopportazione che dopo metà disco giunge ad un punto di non ritorno tanto da non permettere di sopportare l'ascolto del resto. Anche il look di Madonna muta ma non radicalmente, adottando lo stile boxer: corpetti, cinturone con la M gigante del suo nome fatto di brillanti, ginocchiere, stivali da pugile ma lunghi fin sopra il ginocchio, che fa tanto sexy-donna. Non ci sta Madonna ad assistere inerme al tempo che passa e vuole assistere un ko a qualcuno o qualcosa. Dal volto, invece, si comincia a intravedere che anche per la donna bionica i cinquant'anni sono dietro l'angolo (il 16 agosto prossimo). Ma è lei stessa a permetterci di intuirlo grazie alle foto ufficiali. Perché anche se il tempo passa è sempre lei a decidere come devono andare le cose.

WWW.ILMANIFESTO.IT

## 1968. Quanto tempo è passato e quanto no.

CON IL MANIFESTO TANTE INIZIATIVE PER FESTEggiARE IL QUARANTENNALE DELL'ANNO CHE NON È MAI FINITO. SUL QUOTIDIANO, OGNI SABATO, UN FOTORACCONTO. ONLINE, OGNI SETTIMANA, LA RIEDIZIONE DEI 12 FASCICOLI USCITI PER IL VENTENNALE, E OGNI GIORNO ESPERIENZE E FOTO INVIATE DAI LETTORI. IN LIBRERIA, L'ENCICLOPEDIA DEL '68 EDITA DA MANIFESTOLIBRI. E A MAGGIO UNA FESTA CON IMMAGINI E COLONNA SONORA ORIGINALI. SE VOLETE RIFARE IL '68, SCENDETE IN STRADA E ANDATE IN EDICOLA. È IL MODO MIGLIORE PER PREPARARSI AL SUO RITORNO.



LA VERA SINISTRA ESISTE SOLO SULLA CARTA.

branding - Brand Portal

**Abbonamenti Postali e coupon**

Annuale  
7gg/Italia 296 euro  
6gg/Italia 254 euro  
7gg/estero 1.150 euro

Semestrale  
7gg/Italia 153 euro  
6gg/Italia 131 euro  
7gg/estero 581 euro

Postale consegna giornaliera a domicilio  
Coupon tagliando per il ritiro della copia in edicola  
Versamento sul C/C postale n. 48407035 intestato a Nuova Iniziativa Editoriale Spa, Via Benaglia, 25 - 00153 Roma  
Bonifico bancario sul C/C bancario n. iban IT25 010100532400000002096 della BNL, Ag. Roma-Corso (dall'estero Cod. Swift: BNLIIT33)  
Carta di credito: Visa o Mastercard  
Importante inserire nella causale se si tratta di abbonamento per coupon, per consegna a domicilio per posta, o Internet.

**l'Unità**

**Online**

Quotidiano  
6 mesi 55 euro  
12 mesi 99 euro

Archivio Storico  
6 mesi 80 euro  
12 mesi 150 euro

Quotidiano e Archivio Storico  
6 mesi 120 euro  
12 mesi 200 euro

Tutti i prezzi si intendono IVA inclusa

**www.unita.it**

Per informazioni sugli abbonamenti:  
Servizio clienti Sered via Carolina Romani, 56  
20091 Bresso (MI) - Tel. 02/66505065  
fax: 02/66505712 dal lunedì al venerdì, ore 9-14  
abbonamenti@unita.it

Per la pubblicità su  
**l'Unità**

**PK** publicit&press

MILANO, via Washington 70, Tel. 02.244.24611  
TORINO, c.so Massimo d'Azeglio 60, Tel. 011.6666211  
ALESSANDRIA, via Cavour 58, Tel. 0131.445552  
AOSTA, piazza Chanoux 28/A, Tel. 0165.231424  
ASTI, c.so Dante 80, Tel. 0141.351011  
BARI, via Amendola 166/5, Tel. 080.5485111  
BIELLA, viale Roma 5, Tel. 015.8491212  
BOLOGNA, via Parmeggiani 8, Tel. 051.6494626  
BOLOGNA, via del Borgo 101/A, Tel. 051.4210955  
CAGLIARI, via Scano 14, Tel. 070.308308  
CASALE MONF. via Corte d'Appello 4, Tel. 0142.452154  
CATANIA, c.so Sicilia 37/43, Tel. 095.7306311  
CATANZARO, via M. Greco 78, Tel. 0961.724090-725129  
COSENZA, via Montesanto 39, Tel. 0984.72527  
CUNEO, c.so Gioioli 21bis, Tel. 0171.609122  
FIRENZE, via Don Mirzoni 46, Tel. 055.561192-573668

FIRENZE, via Turchia 9, Tel. 055.6821553  
GENOVA, via D'Annunzio 2/109, Tel. 010.53070.1  
GOZZANO, via Cervino 13, Tel. 0322.913839  
IMPERIA, via Alfieri 10, Tel. 0183.273371 - 273373  
LECCE, via Trinchese 87, Tel. 0832.314185  
MESSINA, via U. Bonino 15/c, Tel. 090.65084.11  
NOVARA, via Cavour 13, Tel. 0321.33341  
PADOVA, via Meritana 6, Tel. 049.8734711  
PALERMO, via Lincoln 13, Tel. 091.6230511  
REGGIO E., via Diana 3, Tel. 0965.24478-9  
REGGIO C., via Brigata Reggio 32, Tel. 0522.368511  
ROMA, via Barberini 86, Tel. 06.4200891  
ROMA, via Roma 176, Tel. 0184.501555-501556  
SANREMO, piazza Marconi 3/5, Tel. 019.8429950-8429959  
SAVONA, piazza Marconi 3/5, Tel. 019.8429950-8429959  
SIRACUSA, via Teracati 39, Tel. 0931.412131  
VERCELLI, via Verdi 40, Tel. 0161.250754

PER NECROLOGIE-ADESIONI-ANNIVERSARI TELEFONARE ALL'UFFICIO DI ZONA DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ ore 9,00-13,00 / 14,00-18,00

Sabato ore 15,00-18,00 / Domenica ore 17,30-18,30 Tel. 06.58.557.395

Tariffe base + Iva: 5,80 Euro a parola (non vengono conteggiati spazi e punteggiatura)

Tutte le lavoratrici, lavoratori e collaboratori del Centro Servizi Fiscali di Milano SRL, appresa la notizia della tragica scomparsa di

**GIUSEPPE MOLINARI**

partecipano con affetto all'immenso dolore della famiglia.

Il Presidente, l'Amministratore Delegato ed il Consiglio di Amministrazione del C.S.F. di Milano, partecipano con sincero affetto al dolore di Raffaella, Giancarla e Manila per l'improvvisa scomparsa di

**GIUSEPPE MOLINARI**

L'intero Partito Democratico di Scandicci esprime tutto il proprio dolore per la scomparsa di

**EMILIO CAMMELLI**

Una vita intera dedicata all'affermazione della Libertà e della Democrazia nel nostro Paese.  
Scandicci, 24 aprile 2008

In questo momento di forte dolore, ti siamo sinceramente vicini. A te Daniela e alla tua famiglia le nostre più sincere condoglianze. Ti abbracciamo con affetto.

**Nicola e Cristina**

Per Necrologie Adesioni Anniversari  
Rivolgersi a  
**PK** publicit&press  
Lunedì-Venerdì ore 9,00 - 13,00  
14,00 - 18,00  
Sabato solo per adesioni rivolgersi ai numeri  
06.695.482.38 - 011.666.5258