

## La scienza

### Squalo bianco i segreti del morso che uccide

ELENA DUSI



## Gli spettacoli

### Gli Abba battono i Coldplay con un disco di sedici anni fa

CRISTINA NADOTTI

31

È boom dei siti dove si chiedono e offrono passaggi gratis. Così, complice la crisi, Internet rilancia un rito del passato



# La nuova vita dell'autostop

DAVIDE CARLUCCI

**C'**è qualcuno che vuol dare uno strappo a Giulia da Piacenza? È agosto e ora che il ristorante dove lavora come cameriera è chiuso per ferie lei, studentessa di architettura, non sa dove andare. «Ho messo l'annuncio su Internet, sul sito [viaggioeconomico.org](http://viaggioeconomico.org). Valuto le offerte di viaggio che mi propongono i conducenti. Magari la Spagna o il Nord Europa. Non l'Italia, comunque». Peccato. Se le fosse andato bene il S...

lento, avrebbe diviso le spese di viaggio con Anna Sacchi, studentessa di Scienze politiche, che con Gaia non vuol perdersi la notte della Taranta, a Melpignano. Partono da Udine e cercano qualcuno con cui dividere le spese di viaggio. «Spero di conoscere persone simpatiche ma non è per quello che lo facciamo. È questione di soldi: benzina e autostrada costano troppo, e noi dobbiamo fare più di mille chilometri».

È l'autostop online, fenomeno che sta conoscendo un vero e proprio boom. Erede del pollice alzato in aperta autostrada o in assolate strade provinciali, mito degli anni Sessanta e Settanta sbiadito in cliché.

SEGUE NELLE PAGINE SUCCESSIVE

PIERO COLAPRICO

**M**assimo Carlotto è stato un autostoppista, ai tempi d'oro del pollice e del cartello, e cioè gli anni Settanta. Oggi, dopo un'accusa di omicidio, tanto tempo di fuga all'estero, battaglie legali e una grazia, è uno scrittore di gialli: ma nel suo racconto delle strade e dei viaggi in auto con gli sconosciuti non c'è nulla di noir, anzi ricordare quegli anni spensierati sembra metterlo di ottimo umore. «Viaggi alla "sperindio" totale non ne ho mai fatti, non si usava nemmeno. C'era — racconta Carlotto — un altro mondo, un altro tipo di mentalità. A noi autostoppisti, anche un po' capelloni, ma comunque a posto, ci raccoglievano tutti. Soprattutto le persone anziane. Ti pigliavano e ti portavano in giro. Ricordo con simpatia tante conversazioni e anche discussioni politiche in macchina. Sui camion sono andato poche volte, ma quante auto mi hanno ospitato. Era un periodo in cui alla gente piaceva parlare, c'era una curiosità generale per le vite e i pensieri degli altri che oggi si è proprio persa».

SEGUE NELLE PAGINE SUCCESSIVE

## OGGI SU REPUBBLICA.IT

### Ambiente

L'acqua del mare è migliorata i laghi no

### Dal Web

Come cambiare le facce con Google Wiew

### Repubblica Tv

Trovato il video dello storico record di Sara Simeoni

### Il Sondaggio

L'ESERCITO NELLE STRADE DELLE CITTÀ, COSA NE PENSATE?

### Economia

Il bonus bebè esiste ancora? L'esperto risponde



### Curiosità

La top model figlia della miliardaria terrorista

Il libro di advertising più venduto in Italia.

**Lorenzo Marini**

**Questo libro non ha titolo perché è scritto da un art director.**

Tra realtà e fantasia, tra saggio e fiaba, tra autobiografia e romanzo, il viaggio di un creativo nel pianeta pubblicità.

[www.faustolupetteditore.it](http://www.faustolupetteditore.it)

## MARTEDÌ

PAOLO MAURI

### FALETTI D'ESPORTAZIONE. FORSE

I bestseller italiani, si sa, non sfondano sul mercato anglosassone: c'è stata l'eccezione vistosa di Eco e del *Nome della rosa*, ma persino *Va dove ti porta il cuore* della Tamaro, una volta tradotto lì, non ha superato le venticinquemila copie. E il thriller? Chissà. Informa l'*Herald Tribune* che l'editore di Faletti, Alessandro Dalai, ha deciso di provare in proprio e sarà interessante vedere che cosa succede. Di norma i nomi italiani non funzionano se associati al thriller: all'americano di lontana origine italiana David Baldacci chiesero (quando ancora non aveva, come si dice, sfondato) di rendere il proprio cognome un po' più americano. Lui vide passare una Ford per la strada e disse: vada per Ford Baldacci. Poi non ebbe neppure più bisogno di quel segnale. Una cosa però è certa: gli americani, della nostra letteratura contemporanea, non sanno cosa farsene e ne consumano pochissima. Hanno torto? Una volta Saul Steinberg fece tradurre Aldo Buzzzi, scrittore raffinato ma certo tutt'altro che popolare persino in Italia, al *New Yorker*. È questione di credenziali. E di palati. Ma se uno vuole vendere in America gli conviene farsi americano. Accadeva anche nell'antica Roma: per la carriera bisognava diventare romani. Anche i poeti, come Ennio, lo sapevano.