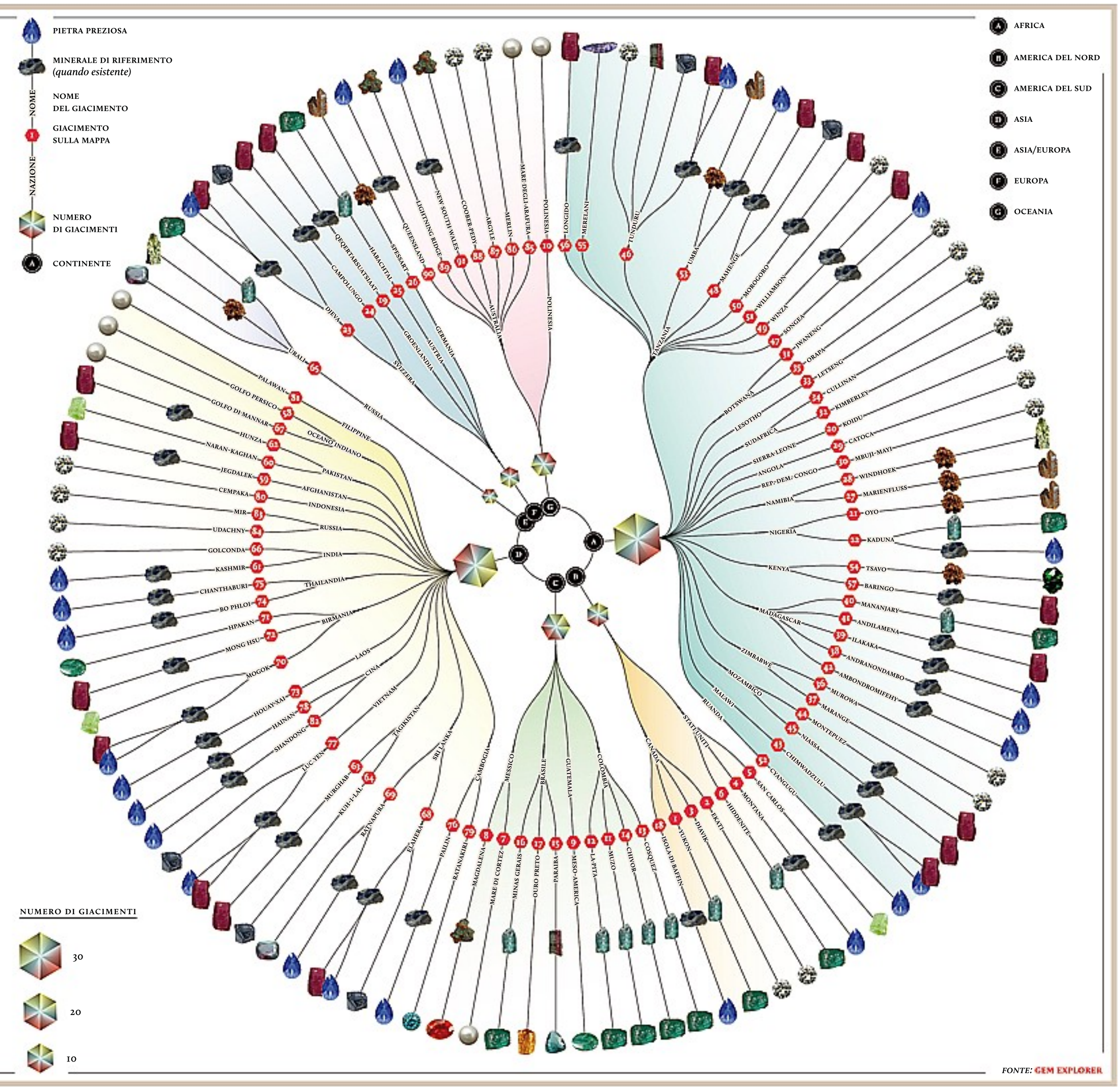
Mani in alto
di Roberto Iasoni

Montalbán alla milanese

In *Assassinio al Comitato Centrale* (1981), Montalbán ammazza il segretario dei comunisti spagnoli e affida a Pepe Carvalho un'indagine. In *La provvidenza rossa* (Sellerio, pp. 544, € 15), Lodovico Festa affida la controindagine sull'omicidio di una giovane comunista al probo funzionario Peppe. Coincidenze. Ex dirigente del Pci, Festa scava negli anni Settanta milanesi e scrive un bel giallo. Coinvolgente anche per chi, allora, non frequentava il Palazzo rosso di via Volturno.



non esistono leggi che lo prevedano. I controllori hanno però un unico, fondamentale vantaggio: il diamante è riproducibile ma non falsificabile.

Il mercato primario per la produzione sintetica è l'industria. Ancora oggi il 95 per cento dei diamanti estratti viene utilizzato per scopi industriali (strumenti di perforazione, taglio e molatura). È la pietra più dura che esista in natura. Ma anche un eccezionale conduttore di calore, non si dilata al variare della temperatura, si raffredda molto rapidamente. Previsione: il futuro del diamante sta nelle applicazioni per l'elettronica. Tonnellate e tonnellate di pietre sintetiche vengono ormai prodotte ogni anno per soddisfare la domanda dell'industria; alcune aziende ammettono di fabbricare diamanti anche per la gioielleria ma non rivelano in che quantità. La realtà è questa: nessuno, oggi, può realisticamente stimare quanti siano i produttori né dove siano; sappiamo che le fabbriche si stanno moltiplicando in Cina, in India, nel Sudest asiatico. Interi capannoni per i moderni alchimisti del diamante artificiale: il passaggio dalla miniera a un sistema di produzione fordista.

Analisi presso il Centro informazioni e servizi gemmologici di Milano: oggi il 95% dei diamanti estratti ha un impiego industriale

Sono anni di proliferazione. E di sproporzione: i macchinari per installare un piccolo impianto che genera diamanti sintetici possono costare meno di 500 mila euro; un laboratorio con gli strumenti per analizzare e riconoscere le pietre, invece, richiede almeno un milione di euro. Riflette Ferruccio Invernizzi (con la sua società è anche un inserzionista del «Corriere»): «Tutto questo non vuol dire che i diamanti siano oggetto di una "falsificazione" di massa. Restano un ottimo investimento. Ma sono indispensabili una nuova cultura, una maggiore informazione da parte di chi acquista ma anche di chi vende una pietra».

Di fronte ai rischi di truffa e confusione, l'antidoto esiste. «Al momento di acquistare un diamante — continua Invernizzi — è necessario pretendere un certificato gemmologico firmato da un primario istituto di analisi, di assoluta affidabilità. Servono più componenti: competenza, onestà, esperienza, macchinari all'altezza».

Un tecnico eccezionale, senza strumenti adatti, si troverebbe come a fare una radiografia mettendo una persona controluce; al contrario, senza un analista di livello, gli strumenti resterebbero delle Formula 1 in mano a un neopatentato. A tanto è arrivata la perfezione dell'artificiale. Langue da anni in Senato una proposta di legge, alla quale il Cisgem ha collaborato, che dovrebbe obbligare ogni gioielliere a fornire certificati fondati su parametri standard e riconosciuti. All'inizio, il grosso della produzione industriale di diamanti metteva sul mercato pietre piccolissime, che i tecnici definiscono da 20/30 punti (un carato equivale a 100 punti). E dunque il costo dell'analisi non era conveniente. Per quelle dimensioni, i controlli si fanno ancora a campione. Ora però si creano pietre molto più grandi, fino a 10 carati. Per un diamante da 20 mila euro, un certificato affidabile costa qualche centinaio di euro. Dunque, l'«assicurazione» conviene. Anche perché esistono molti altri trattamenti che modificano le caratteristiche e aumentano il valore delle pietre.

Dal 1999, una tecnologia permette di portare un diamante bruniccio alla massima trasparenza. Non si tratta, in sé, di una truffa: le modifiche andrebbero però dichiarate. Altrimenti, l'«incolore» assoluto finisce per nascondere un inganno.

L'autore
Valerio Pellegrini è information e communication designer. Collabora con aziende e agenzie in Italia e all'estero. Il suo portfolio è su www.behance.net/valeriopellegrini

© RIPRODUZIONE RISERVATA