

Il ritorno di Springsteen: in aprile due nuovi dischi

La lunga attesa dei fans di Bruce Springsteen sembra finita. In aprile il «Boss» pubblicherà contemporaneamente due album, che saranno intitolati *Human touch* e *Lucky*

town, e saranno preceduti in marzo dall'uscita di un nuovo singolo. La notizia è stata diffusa ieri dalla Sony Music. Il musicista americano rompe così un silenzio discografico durato quattro lunghissimi anni, tanti ne sono passati dall'uscita dell'album *Tunnel of love*; nel frattempo Springsteen ha licenziato la sua leggendaria E Street Band, è diventato papà per due volte, e pare che abbia scritto un centinaio di canzoni, fra le quali ha scelto il materiale per i due nuovi album.

SPETTACOLI

Scontri e polemiche per «Lezioni d'amore»
Freccero: «Ottimo esordio, sono entusiasta»
Ma nella stessa Fininvest c'è chi sostiene:
«Questa non è roba per le nostre televisioni»

Sesso, risse e tv-movie

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Silvio Berlusconi ha telefonato da Madrid per complimentarsi. Carlo Freccero, il direttore di Italia 1, dall'ufficio di Segrate ha diramato un suo comunicato personale in cui espone «profonda soddisfazione». Sul Palatino, sede romana del network, invece, tutto tace... *Lezioni d'amore* di Giuliano e Anselma Ferrara divide la critica e la Fininvest.

Il compiacimento dei vertici della tv è stato tardivo: l'altro giorno, infatti, di fronte al dato Auditel di 3 milioni e 392 mila telespettatori che avevano seguito la trasmissione, l'azienda s'era limitata a un comunicato: dai toni misurati, anzi freddi, in cui si parlava di «dati soddisfacenti». Un ritardo «giustificato» dal fatto che, più delle cifre, alla Fininvest aspettavano le critiche. E le polemiche. E le proteste delle organizzazioni di telespettatori che temono il sesso in prima serata... E, soprattutto, i malumori interni...

La rivolta dei teleutenti contro il sesso in prima serata non c'è stata. Ma nell'azienda c'è chi conserva forti perplessità; tra questi sicuramente Gianni Letta, vice presidente della Fininvest, che sin dall'inizio avrebbe espresso i suoi dubbi sulla congruità di un programma del genere con la linea editoriale del gruppo. *Lezioni d'amore* «stona» - secondo alcuni dirigenti della Fininvest - con l'ispirazione della tv commerciale, non è in linea con le scelte fin

qui operate. E il dissidio in casa Berlusconi resta, nonostante i dati d'ascolto.

Ieri Freccero, che aveva voluto questa trasmissione nella tv da lui diretta come segno di una «svolta» nella programmazione (tutta tesa a un taglio giornalistico, dal quiz di Funari all'indagine sul sesso), ha definito «ottimo» il risultato ottenuto dalla trasmissione: «Nel corso della conferenza stampa di presentazione - ha detto ieri - avevo dichiarato che se avessimo raggiunto il 10 per cento di share avremmo raddoppiato il numero delle puntate previste. Che cosa devo dire ora, visto che abbiamo raggiunto il 13,66 per cento? I dati di ascolto sono andati oltre le nostre più rosee aspettative, tenendo anche conto della programmazione delle altre reti che opponevano alla trasmissione di Ferrara film e telefilm di successo e una trasmissione supercollaudata come il *processo del lunedì*».

Giuliano Ferrara, da parte sua, ha cercato di dribblare «misericordie e meschinerie» assicurando: «In futuro ci guadagneremo il favore di chi è stato duro con noi. Il programma manterrà inalterata la sua formula anche nelle prossime puntate, al via dal 10 febbraio. Ma non è un caso - ha continuato Ferrara - che io sia più pacato in questa trasmissione rispetto a programmi come *l'Istruttoria*. Lì si affermavano tesi, lo scopo di *Lezioni d'amore* è invece analizzare problemi e raccontare storie. Inoltre con la moglie al fianco un uomo si sente meno disinvolto...».



Un disegno di Paolo Eleuteri Serpieri tratto da «Duuna». A destra Giuliano e Anselma Ferrara



«Il mio programma è osceno?» Ecco la replica dell'autore

«Caro professore lei è solo un voyeur un po' noioso»

GIULIANO FERRARA

Che noia profonda ispirano le note di un pedante. Il professor Angelini avrà tutti i titoli per scrivere voci di enciclopedia sul desiderio e sul suo segreto rapporto con il bello, ma non capisce niente di quel che può succedere o non succedere nel corso di una trasmissione televisiva. E naturalmente, come fanno sempre i pedanti, se ne occupa, strappando la noncurante di quanto non sa.

L'ideatore di queste *Lezioni d'Amore*, Carlo Freccero, lo staff che l'ha realizzata, mia moglie ed io stesso non abbiamo mai pensato di scrivere un saggio sull'erotismo, un dizionario sul successo o un ciclo letterario sull'immaginazione amorosa. Un programma di prima serata per il pubblico di una tv commerciale è una cosa diversa, è dedicato all'attenzione e all'interesse di molti milioni di persone che non hanno letto (purtroppo) e non leggeranno mai (purtroppo) le voci dizionarie del professor Angelini, i saggi di Pier Paolo Pasolini, il Kamasutra in lingua originale, i libri di Bataille.

Per questo mare sterminato di persone il sesso televisivo, che quello privato è affar loro, era fino a ieri un genere di consumo distillato in quasi ogni programma di fiction: nei film, nei tv movies, nelle soap opera e in quelle «rigorose» trasmissioni a sfondo scientifico in cui del sesso, come del dolore, si fa orrendo spettacolo. Unica eccezione che io ricordo la trasmissione dedicata da Gad Lerner, con misura e buon gu-

Uno psicanalista giudica la trasmissione della coppia Ferrara
«È pomografia mentale»

ALBERTO ANGELINI

Una inondazione di sesso, una valanga di perversioni e coiti è precipitata sulla testa degli ignari telespettatori ad opera di Giuliano Ferrara e della moglie, che hanno confezionato *Lezioni d'amore* per Italia 1. Non lasciare nulla all'immaginazione: questo è il sistema più sicuro per far cadere ogni interesse per la sessualità. Ciò non significa trascurare la giusta esigenza di informare. Il problema, come per le medicine, è la dose e il retardo di somministrazione. L'esigenza di informare si è trasformata in un pretesto per fare dell'esibizionismo televisivo, sia pure per interposta persona.

Sesso, amore ed erotismo sono tre fenomeni differenti ed hanno anche tre diverse storie psicologiche e sociali.

L'amore è un fenomeno «di testa» che può anche essere staccato dalla sessualità. Si può amare avendo paura del sesso. A sua volta, il sesso può divenire un banale oggetto di consumo: nel caso specifico, di consumo televisivo. Pasolini, poco prima di morire, dichiarò di abitare la sua triologia della vita, in chiave sessuale, iniziata col *Decamerone*. «Non sono pentito di averla fatta - disse - anzi, al contrario; ma ne abito. Perché la lotta per la libertà di espressione e per la libertà sessuale che ho compiuto con grande piacere attraverso quei film è stata assorbita e superata dalla permissività del potere consumistico: permissività che io considero peggiore di ogni precedente forma di repressività... La libertà, anche sessuale, deve essere una conquista personale. Ciò spiega perché è così difficile imbastire l'erotismo vero e proprio. Quest'ultimo compare solo quando, liberamente, amore e sesso possono coincidere. Ferrara ci ha, inesorabilmente, condotto verso la pomografia, non l'isica, ma mentale. L'ennesima condanna alle luci rosse, al sesso commerciale, che asso-

che i soli aspetti mentali delle perversioni possono divenire oggetto di interesse pomografico. Nel circo della sessualità messo in piedi da Ferrara, anche un bravo esperto come Giorgio Abraham ha finito per trasformarsi in uno strumento per conferire allo spettacolo un pizzico di legittimazione scientifica.

Quanto sono risultate lontane, queste noiose *Lezioni d'amore* da quel senso di libertà ed equilibrio affettivo che si collega al vero erotismo. L'erotismo non sopporta esasperazioni, mentali o fisiche. Per questo Bataille ha errato attribuendo all'India il primato erotico, nella storia della cultura. Il Kamasutra è un libro religioso e i testi tantrici dimostrano che, per gli indiani, il sesso era un modo di pregare. Questa cultura orientale non accettava, liberamente, la sessualità, ma la sublimava in esperienze religiose. I greci, poi, erano troppo razionalisti per essere anche erotici. Per loro l'esperienza sessuale si divideva, in modo quasi schizofreni-

E per il guardone scientifico. Una guida per metterli a nudo

Dieci creò la donna, mentre degna di solo due pallini è stata giudicata un'apparizione della star francese nel film *Don Juan 73* in cui appare «in topless attraverso l'acquario, con poi natiche e seno sinistro e di nuovo breve topless frontale davanti agli attori. La Sofia nazionale viene segnalata per *Due notti con Cleopatra* del '54 e per un'apparizione in blusa bagnata in *Il ragazzo sul delirio*, del '57. Meno da scegliere per gli attori. Appena cinquecento; da Warren Beatty a Gerard Depardieu, sono molto meno le apparizioni nude dei divini del grande schermo. Non manca comunque la segnalazione delle «natiche nude» di Charlton Heston nel *Più delle scimmie*, e «una breve visione del didietro» di Franco Nero in un film del '76.

co, tra il piacere osceno e l'amore platonico. L'erotismo, come fenomeno culturale, fu lo stesso Raffaello, «persona molto amorosa e affezionata alle donne», che corse per primo, in campo artistico, di trasformare il sesso in qualcosa di più. I disegni erotici di Raffaello, comunemente attribuiti a Giulio Romano, sono un gran-

de esempio iconografico di come ci si può accostare al sesso cercando di non oscillare tra cervello e pancia. È un esempio che potrebbe essere seguito anche ai giorni nostri, sul piano televisivo. Il sesso, senza doverlo trasfigurare in esperienza religiosa o ridurlo all'oscenità per esorcizzarlo e vincere l'imbarazzo che esso, inevitabilmente, genera.

Michele Santoro, eletto da un sondaggio Rai tra i più amati dal pubblico tv: «I nostri denigratori sono serviti»
Samarcanda, la rivincita degli «antipatici»

Michele Santoro scalza Pippo Baudo e Mike Bongiorno dal trono dei personaggi televisivi più amati dal pubblico: *Samarcanda* è una delle trasmissioni preferite. I dati sono quelli dell'indagine Rai sui gusti dei telespettatori italiani. Per il giornalista, questa rivincita e il successo di *Samarcanda* sono «il riconoscimento di un lavoro collettivo e difficile per un programma che sia vicino alla gente».

STEFANIA SCATENI

ROMA. È un successo che vuol dividere con riduzione e azienda. E nonostante le sue reticenze, resta il dato di fatto che è Michele Santoro, il volto di *Samarcanda*, il personaggio che ha dato al programma quell'impronta forte, aggressiva e popolare che piace alla gente. Il castiga-potenti che dà

voce ai cittadini è stato più volte paragonato a Robin Hood, un eroe che in questi giorni sta spopolando al cinema. C'è un nesso con il successo di Santoro? Lui nega, nega di essere una specie di Robin Hood televisivo: «Ho sempre pensato di essere un giornalista che fa il suo lavoro con molta onestà e

cercando di non forzare il ruolo di protagonista che il video, in qualche modo, impone. Però ammette che dal sondaggio ha avuto un motivo di soddisfazione personale poiché «ha fatto giustizia di tante cose scritte su di me che mettevano in evidenza solo il lato antipatico del mio carattere». «Non nego che in me ci siano anche tratti spigolosi - ribatte - ma quando vado in giro per l'Italia sono accolto sempre con grandissima simpatia. Il pubblico ha saputo capire che queste spigolosità erano, piuttosto, proprie della trasmissione e della diretta». Una diretta di tre ore che in redazione considerano come il lavoro di un acrobata in equilibrio sul filo. «Sì - spiega Santoro - è importante che non cedere mai, anche se a volte capita di mettere il piede in fallo». Quando, per esempio? «Quando fai un'interruzione antipatica - risponde - il pubblico vorrebbe ascoltare fino in fondo la persona che parla. Ma quando interrompi qualcuno lo fai per tenere alto l'interesse di quelli che, in quel momento, sono tentati di cambiare canale. In genere, chi se la piglia sono gli spodestati, gli intellettuali, quelli che pensano che l'informazione in tv obbedisca alla stessa logica dei salotti romani».

Comunque sia, a parte la soddisfazione personale, Michele Santoro tiene a precisare e a ripetere che la trasmissione è molto più importante del suo conduttore. Soprattutto, è importante per i milioni di persone che la seguono, un pubblico che è numeroso dell'anno

scorso, grazie anche alla famosa puntata del 26 settembre in memoria di Libero Grassi. E osserva: «*Samarcanda* è stata collocata dal pubblico a ridosso di *Quark*, un programma scientifico, che ha quindi una valenza di oggettività, viene tenuta nella stessa considerazione dal pubblico di una trasmissione grintosa, così parziale (ma non faziosa) come il settimanale di Raitre. Questo è molto indicativo ed è anche il riconoscimento di un lavoro collettivo che la redazione fa con grandi sacrifici personali: abbiamo scelto di stare in Rai senza avere nessuna contropartita». Pentiti di non essere passati alla Fininvest (in estate il direttore di Italia 1, Carlo Freccero, aveva proposto a Santoro un programma insieme a Ferrara) per rimanere in un'azienda che ha spesso attaccato la trasmissione invece di sostenerla contro suoi sistematici detrattori? «No - ammette Santoro - il pubblico ha apprezzato la nostra scelta. Non mi pare, invece, che questo abbia avuto un riconoscimento nell'azienda. Sembra che ai vertici Rai prenda solo liberarsi della terza rete e questa è una follia. Non hanno mai riconosciuto che sono trasmissioni come *Samarcanda* a fare la differenza tra Rai e Fininvest, che il nostro programma è una delle ragioni per le quali vale ancora la pena di pagare il canone».

Che effetto fa a Michele Santoro essere accanto a Fabrizio Frizzi nella top ten dei personaggi tv più amati? «Frizzi mi è simpatico - risponde - Fa un mestiere molto diverso dal mio, ma esistono anche tanti pubblici diversi con esigenze differenziate. E non mi dispiace, in fondo, il tentativo di ricerca che c'è dietro i *Fatti vostri*, che tende a raccogliere quanto di buono ha tirato fuori la tv realtà». C'è anche qualcosa che non gli piace, però: «Sì, quando Frizzi veicola e propina i politici in maniera morbida, forzando la natura del programma e trasformandolo in uno spot. Non trovo giusto che i politici vadano solo in trasmissioni dove non esiste vero contraddittorio. Se credono nella trasformazione avanzata e democratica di questo paese, devono accettare di comparire davanti alle telecamere. Craxi, ad esempio, un decisionista, un personaggio che vuole cambiare il paese, deve venire a *Samarcanda*».



Michele Santoro, uno dei volti più amati della tv