

**Madonna
tutta nuda
Warner blocca
il libro?**

NEW YORK. «Troppo audace», il libro di foto dedicato alle ossessioni erotiche, che Madonna sta preparando col fotografo Steven Meisel, ed in cui la popstar compare per la pri-

ma volta in nudo integrale. Così almeno lo giudica una fonte anonima della casa editrice Warner Books, riportata da un settimanale newyorkese. «Stavolta Madonna sta esagerando, qui siamo oltre l'eroticismo questa è pornografia. La Warner non pubblicherà il libro». Pronta la risposta di Madonna: «Se la Warner deciderà di non pubblicare il libro, tanto meglio: troveremo qualcun altro disposto. Del resto che razza di fotografie si aspettava questa gente: Madonna è pur sempre Madonna».

SPETTACOLI



Giorgio Gaber

**Giorgio Gaber
da oggi a Roma
con il «Teatro
canzone»**

ROMA. Arriva questa sera all'Eliseo di Roma il Teatro canzone di Giorgio Gaber, spettacolo anomalo e affascinante, una sorta di «work in progress» che dura da più di

vent'anni (ed è stato scritto assieme a Sandro Luporini) in scena c'è solo lui, Giorgio Gaber, che dà vita ad un lungo percorso emotivo formato dalle sue canzoni, alternate ad una serie di monologhi che sono diventati oggi dei brevi atti unici in prosa. Lo spettacolo che da stasera va in scena nella capitale ha subito qualche modifica rispetto al dibattito estivo dell'anno scorso al festival della Versiliana; vi sono state inserite anche alcune parti del tutto inedite.

Dopo le polemiche della scorsa settimana e l'ultimatum di Berlusconi questa sera udienza speciale su Italia 1 per «L'appello del martedì» Maurizio Mosca rinuncia ai «provocatori» e spera nella grazia dell'editore Ma ci sono alternative ai programmi-rissa? Vediamo cosa offre il video

La televisione presa a calci

Pronti per l'appello dell'«Appello»: non è un gioco di parole come quelli su cui si sbizzarriva la penna di Campanile. Stasera la rubrica di calcio e varietà trasmessa da Italia 1, proseguendo nel paradosso, finisce sotto processo dell'«Appello» di martedì scorso, in cui gli ospiti e Maurizio Mosca confezionarono un avvincente battibecco sfociato nella pura maleducazione. Un flop. Ton alla rovescia. Proprio nei confronti del conduttore Mosca, è arrivata puntuale la se-

vera reprimenda di Silvio Berlusconi: sotto le sembianze di un «preciso richiamo», a quanto pare l'editore ha già sostanzialmente liquidato l'animatore dei discussi teatrini tivù su pallone e dintorni. «Non ha bene all'immagine delle nostre reti, né al football» mai «richiamo» fu più chiaro e denso di impliciti preavvisi.

Con questo fardello sulle spalle, l'«Appello del martedì» si prepara stasera ad officiare la sua ennesima puntata: da parte sua, Mosca ha già provveduto alla replica: «Può diventa-

FRANCESCO ZUCCHINI

una trasmissione piatta e noiosa», alla gente piace così com'è, l'ultima puntata ha inchiodato davanti al video due milioni e mezzo di persone». Questo è il punto: l'«Appello» fa audience, gli sponsor se lo contendono, ma la censura lo colpirebbe ugualmente prescindendo una volta tanto dalle ferree leggi dell'Auditel. Da qui la curiosità per stasera: i comedianti dell'«Appello» si inchineranno al diktat-Fininvest o Mosca sceglierà

di affondare assieme al suo Titanic, con l'orchestra che suona? Difficile prevedere la seconda ipotesi. Intanto, sappiamo per certo che non ci sarà il litigioso Gianpiero Mughini né la pericolosa coppia Franco Zeffirelli-Giorgio Di Renzo. Anche l'Ordine romano dei giornalisti è sceso in campo: imponendo ai suoi affiliati un codice di comportamento.

Non è la prima volta che una rubrica sul football si trova obbligata a ristrutturarsi ex novo. Anche il «Processo del lunedì» subì un so-

lenne altolà ai tempi del falso scoop di Aldo Biscardi sull'assedio al palazzo romano della Federcalcio: e allora il «Processo» era una sorta di Bar Sport fatto di finti o veri litigi. Esattamente quello che, fino a ieri, era l'«Appello». Ma oggi la Fininvest ha deciso di cambiare rotta, di prendere esempio dai toni paciosi di Pressing, la rubrica condotta da Raimondo Vianello. L'ha detto Berlusconi in persona a Maurizio Mosca: «Prenda esempio da Vianello», ben sapendo quanto siano agli antipodi i due personaggi in questione.

**In principio fu Aldo Biscardi
il padre di tutti i «processi»**

Tutto il merito a Aldo Biscardi per aver creato una stirpe. Il suo «Processo» ha fornito lo spunto non solo per l'«appello» del clownsco Maurizio Mosca, ma anche per la «sentenza» che ogni mercoledì confezionano quelli di Bob. Dall'alto del suo palco, in compagnia di una giovane, bionda valletta, come la Ruta e la Clerici (sono le bionde che si addicono al calcio o il calcio che si addice alle bionde?), Aldo Biscardi dirige l'orchestra delle voci che si accavallano ogni lunedì nel discutere sui rigori non dati, sui falli impuniti, sulle diatribe interne alle società e su tutto quello che fa spettacolo nel gioco del pallone. E tra un commento e una rissa, non manca neanche di annunciare il gioco dell'«amico sponsor» del quale si occupa Maria Teresa Ruta, la velocista delle notizie sportive. La scheda di Carlo Nesi introduce ogni lunedì l'argomento del «Processo»; tra gli ospiti fissi c'è il veterano del giornalismo sportivo Gianni Brera; per le rubriche, da segnalare il «movioline» curato da Silvio Satta.

Gli ascolti del «Processo» oscillano intorno ai 3 milioni di telespettatori; gli ultimi dati, che risalgono al 2 marzo (lunedì 9 marzo la trasmissione è stata annullata per uno sciopero dei tecnici Rai), segnalano una media di 2 milioni e mezzo di spettatori, per uno share del 9,35%. La coppia Satta-Biscardi è protagonista dell'altro programma di Raitre dedicato al campionato di serie A, «Domenica goal», in onda alle 18.40. Satta riassume la giornata calcistica e Aldo Biscardi, oltre a commentare quanto è successo, anticipa l'argomento principale del «Processo del lunedì». L'ora impossibile nella quale va in onda (dopo 90 minuti e in contemporanea con il Tg2) non aiuta «Domenica goal» ad avere un buon ascolto. L'ultimo dato registra 705mila spettatori, con uno share del 4,55%.



**Da «Novantesimo minuto» a Minà
trionfi e disagi della prima rete**

Per anzianità e per prestigio è Raiuno a possedere i programmi più autorevoli che si occupano di calcio: si va dalla decennale «Domenica sportiva», al superseguito 90° minuto che, con i collegamenti dagli stadi subito dopo le conclusioni delle partite, attira davanti alla tv tutti i tifosi che vogliono vedere subito cosa è successo sui campi di gioco. La grande abbuffata calcistica di Raiuno comincia la domenica alle 14 con «Toto-Tu Radiocorriere», il gioco condotto da Maria Giovanna Elmi e Fabrizio Maffei. Sponsor fisso è un'acqua minerale che ogni settimana firma il «Trofeo Acqua Vera» e il concorso «uno stadio alla tua squadra»; sponsor ballerini, invece, quelli del gioco che mette in palio ogni domenica quattro maxisistemi del Totocalcio (per partecipare è necessario, oltre che prendere la linea, avere in casa una copia del Radiocorriere).

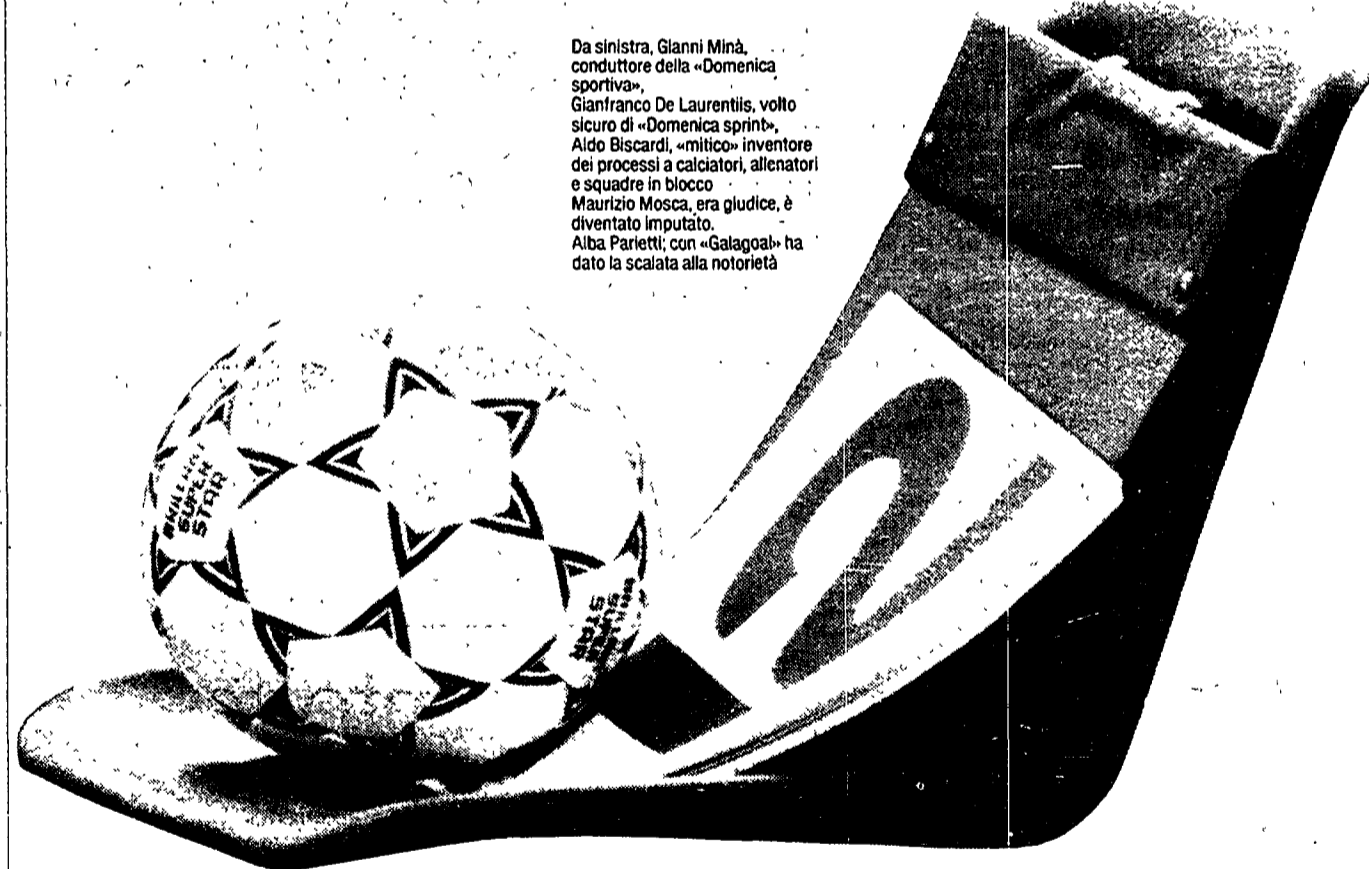
Domenica scorsa la trasmissione è stata seguita da 3 milioni 255mila persone (19,90% di share). Alle 18.40 sia l'Acqua Vera che Enrico Maffei si spostano a 90° minuto, un must per gli appassionati del gol della giornata, tanto da sbancare ogni settimana al mercato dell'Auditel. Il dato più recente, quello di domenica, segnala una media di 6 milioni 699mila spettatori, per uno share del 44,22%. L'informazione calcistica di Raiuno si conclude con un altro classico, «La domenica sportiva» (dalle 22.20 a mezzanotte e mezzo considerando prima, seconda parte e l'appendice notturna «Zona Cesarini»). Gianni Minà, succeduto quest'anno a Sandro Ciotti, la conduce dribblando gli spazi dedicati agli sponsor (Aci e Agip), ma è riuscito a mantenere alla trasmissione il primato di ascolto serale (a parte qualche cedimento, come quello di domenica 8 marzo che ha visto la supremazia, contestatissima dalla Rai, di Pressing). I dati di domenica sono: prima parte, 3 milioni 404mila spettatori (22,21%); seconda parte, un milione 442mila (19%); «Zona Cesarini», 802mila (17,69%).

**Santa messa batte football 1 a 0
la mattina non si addice allo sport**

ROMA. Più aggressiva e «moderna» la linea calcistica di Raitre che dall'autunno scorso ha devoluto ai programmi sul campionato più spazio e ha rifatto il look al programma principale, «Domenica sportiva». L'appendice del Tg2 delle 19 (che prima durava mezz'ora) ora è diventata una trasmissione autonoma della durata di un'ora e passa, finanziata dagli sponsor di rito. Al conduttore Gianfranco De Laurentiis il compito di introdurre i servizi e interpellare gli ospiti per il commento alla giornata calcistica; alla bionda Antonella Clerici (formatasi alla scuola della Ruta quanto a velocità di dizione) quello di leggere schedina e classifiche, nonché condurre il gioco offerto dallo sponsor. Nonostante la concorrenza del Tg1, «Domenica sportiva» naviga su ascolti ragguardevoli: l'ultima puntata ha raccolto 4 milioni 444mila spettatori (17,75% di share).

Sui pre-partita la rete schiera due programmi, uno in onda di sabato, l'altro (una novità di quest'anno) la domenica mattina. Sono ancora Gianfranco De Laurentiis e Antonella Clerici a condurre il sabato alle 13.20 Tg2 Dribbling, che fornisce anticipazioni su partite, arbitri, formazioni delle squadre e ultime dichiarazioni di allenatori e presidenti. Immacinabile, anche qui, l'abbinamento gioco-sponsor. L'ultimo dato Auditel ci dice che lo hanno seguito 3 milioni 979mila persone (24,03% di share). La più giovane trasmissione calcistica di Raitre è «Prima che sia gol» (la domenica alle 11.30) nata nel settembre scorso. Ideata e condotta da Michele Giammaroli, vice direttore della testata sportiva, fece parlare di sé già alla prima puntata, accusata di essere una «trasmissione di regime» per aver ospitato Giampaolo Sodano, Gilberto Evangelisti e Antonio Matarrese. Nelle ultime settimane ha fatto di peggio, ospitando ministri e sottosegretari, da Tognoli a Pomicio, fino a uno spacciato Cristofori. La trasmissione non realizza buoni ascolti (ultimo dato: 729mila persone, 12,23%); forse colpa della Messa, in onda alla stessa ora su Raiuno?

Da sinistra, Gianni Minà, conduttore della «Domenica sportiva», Gianfranco De Laurentiis, volto sicuro di «Domenica sportiva», Aldo Biscardi, «mitico» inventore dei processi a calciatori, allenatori e squadre in blocco Maurizio Mosca, era giudice, è diventato imputato. Alba Parietti, con «Galagoal» ha dato la scalata alla notorietà



**Italia 1, un canale in overdose
per fortuna c'è la Galappa's band**

Dopo «Avanzi» è il programma tv più chiacchierato del momento, e divide la schiera di calciotv in fautori della tv spaziatrice ed «ecologisti» dell'anima che considerano Maurizio Mosca più pericoloso del diavolo in persona. Le polemiche di questi giorni hanno investito direttamente il conduttore dell'«Appello del martedì», nonché di «Calcio e guida al campionato», tre stelle del firmamento calcistico di Italia 1. La rete «sportiva» della Fininvest, infatti, ha la più alta concentrazione di trasmissioni sportive ed è quella che, tutto sommato, ha portato le maggiori innovazioni nel settore ospitando la satira calcistica di «Mai dire gol», gli eccessi di Mosca, l'ironia e la professionalità di Raimondo Vianello.

La scorpacciata di calcio inizia il sabato alle 14.15 con «Calcio e guida al campionato» condotto dal trio Maurizio Mosca-Cesare Cadeo-Luana Colussi; giochi, con due sponsor, canzoni, belle donne e chiacchiere pre-partita. La domenica scendono in campo: alle 12.45 «Guida al campionato» con l'onnipresente Mosca e Sandro Piccinini; alle 14.15 «Domenica stadio», radiocronaca televisiva realizzata da Maurizio Bartoletti, Sandro Piccinini e ospiti vari. Seguono, alle 22 Pressing, la domenica sportiva di Italia 1 che più di una volta ha insidiato il primato degli ascolti calcistici alla trasmissione di Raiuno (l'altro ieri ha avuto 2 milioni 252mila spettatori, 16,75%), e alle 23.30 «Mai dire gol», programma ormai mitico e imperdibile per gli appassionati, con la Galappa's band che si diverte a prendere in giro i licei del gicaton e «civolini» grammaticali-sintattici di giornalista e «mister». Il martedì, infine, arriva il famigerato «Appello del martedì» (oltre due milioni di spettatori, 21% circa di share) di Mosca, nemico numero uno di Biscardi, sul quale ormai, dopo i fatti di martedì scorso, si è detto tutto e il contrario di tutto.

**Il campionato ha le gambe lunghe
sullo sgabello di Telemontecarlo**

ROMA. Il calcio a Telemontecarlo ha un solo volto e un solo paio di gambe: di Alba Parietti. Unica bruna nel biondo gineceo calcistico-televisivo, la Parietti conduce ogni domenica «Galagoal» (dalle 20.30 alle 22.30), in compagnia di José Altafini e del sensismo Massimo Caputi. Di lei (e quindi della trasmissione) non si sapeva quasi niente fino ai Mondiali del '90, quando si impose prepotentemente all'attenzione di pubblico e stampa specializzata. Da allora, per la Parietti è cominciata l'ascesa al successo: chiamata dal direttore di Raitre, Angelo Guglielmi incantato dalla sua «selvaggia», ha condotto il varietà estivo «La piscina»; è stata invitata a numerosi programmi, ha fatto la befana a «Domenica in» e si è lanciata in performance erotico-musicali in più trasmissioni; fino alla prova che ogni conduttore vorrebbe fare, presentare Sanremo. Lì ha dimostrato di essere una brava professionista, di saper reggere la scena e il confronto con Pippo Baudo. E, terminata l'esperienza con il Festival della canzone italiana, è tornata al suo sgabello-trespolo, alle interviste con i calciatori e i tecnici al lancio degli sponsor, ai duetti con José Altafini e Massimo Caputi.

Dopo Sanremo gli ascolti di «Galagoal» (sempre comunque abbastanza buoni) hanno subito un picco. Ma a Telemontecarlo preferiscono non rivelare niente. Come è noto la rete non è inserita nelle rilevazioni Auditel e le indagini realizzate in proprio da Tmc non hanno valore statistico. Con Alba e «Galagoal» l'argomento calcio a Telemontecarlo è pressoché esaurito, a parte «Mondocalcio», rotocalco del sabato pomeriggio (in onda alle 19) condotto da Luigi Colombo con Giacomo Bulgarelli e José Altafini. D'altra parte, la rete ha scelto di offrire ai suoi telespettatori un'informazione sportiva a tutto campo, dal tennis al basket.

Ma chi si scandalizza è ipocrita

FOLCO PORTINARI

Perché scandalizzarsi se il principio di causalità ha ancora una evidente efficacia? Non esiste effetto senza una causa proporzionata che lo determini. Sono cose che si studiano a scuola (che studiava) tanti anni fa, ma che alla verifica genera ancora meraviglia in molti. E tanto maggiore della meraviglia quanto siamo proprio noi la causa degli eventi. Straordinari inventori di alibi, maestri di vertiginosi dbbling per tirare fuori. Ammazzano in Campania, in Calabria, in Sicilia? Sì, ma io sono di Milano, che c'è? Rubano a Milano? Sì, ma io sono di un'altra parrocchia, che c'è? E così via, escludendo, eludendo sempre ogni partecipazione. C'entri e come, anche se fingi di non accorgertene.

«Canile», un regista sproporzionalmente valutato si prendeva (masticando non a torto) del delinquente, in diretta, davanti a milioni di persone, da un serio docente universitario, al quale, a sua volta, dava del pazzo. Poco prima lo stesso Mosca aveva tacciato di viltà un signore come Bettega, solo perché si rifiutava di rivolgersi nel suo brago, suo di Mosca. Ebbene, per molto meno ottant'anni fa ci si sarebbe sfidati a duello, all'ultimo sangue. Mentre ora si invoca il cartellino giallo.

Li sento i giornalisti, i Maradona dell'alibi, gridare: «Ma che c'entra tutto questo col calcio e con lo sport? E Sgarbi allora?». C'entra, e come, poiché è questo, oggi, invece, il calcio. Non è più da un pezzo quello degli stadi, bensì quello

degli apparati economici che lo sfruttano e ci campano su. Dico che non si può mettere in piedi un apparato imponente come quello televisivo e giornalistico, metterlo in certe mani e meravigliarsi degli effetti. È il principio di causalità che lo pretende. Cioè la scienza.

Una ritualità finanziaria. E i nti sono diventati l'unica cosa che conta, il supporto senza il quale le funzioni domenicali, quei novanta minuti, svanirebbero di colpo. Perché ciò che accade negli stadi serve ormai solo al totocalcio, a un'impresa finanziaria più importante della Fiat, ma soprattutto a alimentare una macchina parlante che inghiotte e introita miliardi ogni settimana.

D'altro canto non si può pretendere che la televisione (e i giornali) non corra per la sua strada. Con i suoi parametri, che sono l'Auditel e la legge di mercato (quanto stravolta, se la domanda è solo indotta), non l'intelligenza e l'educazione. È fatale il livellamento verso il basso. Non basta Vianello a far primavera. Ecco, se fossi uno scrittore di fantascienza vorrei inventare un racconto: gli stadi sostituiti da videogames, più economici e più pratici, dotati di capacità di errore, attorno ai quali atizzare scommesse, discussioni, litigi su quel nulla su cui si discute e si litiga da Biscardi e da Mosca (guardandosi bene dal mettere il naso nelle cose del padrone). Ma che fantascienza è questa, se è più o meno quel che accade oggi?

Perché, dunque, meravigliarsi se il principio di causalità è difficile da accantonare? Non ricordate John Donne: «Nessun uomo è un'isola»?