

l'Unità

GLI SPETTACOLI

19

Mercoledì 28 luglio 1999

REPORTAGE TV

## Immagini «Oltre la notte» l'altra faccia del perbenismo

MARIA NOVELLA OPPO

Las Vegas non è un luogo del mondo reale, ma un videogioco, un'eterna notte di luci, una città-clown, truccata fino al ridicolo, che esibisce le sue vergogne come fossero virtù. O almeno così ce l'ha raccontata l'altra sera in tv la prima puntata di «Oltre la notte», film in varie tappe planetarie di Alberto D'Onofrio, che è finalmente andato in onda dopo censure e rinvii. Ma forse, più che di censure moralistiche, in questo caso si può parlare di battaglia tra autori, cioè tra il direttore di Rete Francesco Pinto e il regista. Pinto infatti ha ereditato dal direttore precedente, Giovanni Minoli, questa serie documentaria e

ha esitato parecchio a mandarla in onda perché convinto, probabilmente, che non fosse coerente con l'identità della sua rete. Benché anche lui abbia scelto il «viaggio» come metafora della sua tv.

D'Onofrio però il suo viaggio lo ha condotto, come dice il titolo, oltre i confini del buio, inteso non come notte stellata, ma anche un po' come sonno della ragione. Non per forza un territorio scandaloso, ma un momento in cui il perbenismo mostra la sua altra faccia, speculare a quella diurna. Las Vegas, per esempio, è popolata di giocatori e di peripatetici di ogni tipo: anime vaganti tra i numeri della roulette e quelli dello strip, tra ballerine che si prostituiscono senza che lo sap-

piano i genitori e spogliarelliste regolarmente sposate che non vogliono lo sappiano i figli. L'autore osserva e registra, senza riservarsi lo spazio di un commento, cosicché le immagini che vanno in onda non si concedono apparentemente la minima distanza dal vissuto. E sono immagini conturbanti, avvolgenti e travolgenti come una immersione diretta e quasi a pelle nella notte alternativa, che poi risulta senza alternative. Ecco infatti le spogliarelliste o le prostitute, che dietro il trucco pesante rivelano facce e aspirazioni banali. Una, sposata con figli, dice che per gli uomini assistere a uno spogliarello è «come fare shopping». Si compra però non tanto o non solo il corpo femminile, quanto emozioni e pulsioni, immaginazione e proiezione di sé. E anche qui, «nani e ballerine» in fondo rappresentano l'apparato grottesco di un potere che guarda altrove, ma che si perpetua anche così, oltre la notte dell'assuefazione. E questo, in fondo è davvero scandaloso.



Marlene Dietrich in una rara foto disegna con le mani il sesso femminile

IL COMMENTO

## LA DITTATURA DEL MERCATO

di ALBERTO CRESPI

**D**unque, riassumiamo: stando alle notizie arrivate da Hollywood e dintorni nelle ultimissime settimane, Pinocchio è un ubriaccone, Peter Pan un tossico, Stanley Kubrick è un pornografo e Brad Pitt uno zozzone. Questo, almeno, secondo i dettami della moralità americana e del «politicamente corretto». Che conclusioni possiamo trarne?

L'istinto sarebbe quello di liquidare gli Stati Uniti come un paese di deficienti. Ma non è fine e soprattutto non basta, perché sappiamo bene che l'America è un termometro, un rilevatore della scala Mercalli: i terremoti del gusto e del costume che vengono segnalati fra Los Angeles e New York attraversano prima o poi l'Oceano Atlantico, e provocano scosse di assestamento anche da noi. Conclusioni, quindi, non ce ne sono: la battaglia per difendere ubriacconi, drogati e zozzoni (ovvero i suddetti Pinocchio, Peter Pan, Stanley Kubrick e Brad Pitt) è appena cominciata. Considerazioni, sì. Almeno due. La prima ovvia, e già ampiamente dibattuta su queste pagine. La seconda meno ovvia, e ancora più allarmante.

La prima: tutti, anche noi ex comunisti, possiamo oggi essere d'accordo che l'America ha prodotto cose fantastiche nella cultura del '900, dal jazz al cinema hollywoodiano, da Jimi Hendrix a Jackson Pollock, da Hemingway a James Ellroy. Ma quella stessa America sta «suicidando» la propria arte nel nome di questo mostro che si chiama, appunto, *politically correct*, «politicamente corretto». È un vecchio tema, che torna d'attualità ogni volta che in un prodotto della cultura popolare sfugge qualcosa di offensivo (???) nei confronti di qualche categoria umana. Quando la Disney distribuì «Aladdin», ad esempio, si incassarono gli arabi, o qualche loro rappresentante. Ora gli effetti sul mondo Disney, naturalmente nel mirino perché indirizzato soprattutto all'infanzia, divengono addirittura retroattivi: nei vecchi film Disney si fuma e si beve, e ringraziamo Iddio che non si tromba! Versate le battutacce, ma vengono spontanee: per anni gli educatori «di sinistra» hanno stigmatizzato l'invidenza del modello disneyano - troppo educato, troppo antropomorfo, troppo zuccheroso, troppo classista, troppo tutto - nell'immaginario dei nostri pupi, ma ora gli allievi del *politically correct* li superano ampiamente da destra. La risposta è la solita: dobbiamo ribadire, a costo di sentirci vecchi profeti disammati e un po' rincoglioni, che il nostro arte deve essere libero, che nessun narratore deve sentirsi bloccato nel raccontare personaggi che fumano o fanno sesso, che il vizio è artisticamente più affascinante della virtù, che ogni censura è esecrabile, che, insomma, è vietato vietare.

Dobbiamo elevare inni e peana alla libertà, e qui si giunge al paradosso della seconda considerazione. Non dovrebbe essere proprio l'America, il paese della libertà («home of the brave, land of the free»: lo dice anche il suo inno)? Ma che fine faranno i liberi e i coraggiosi, se proprio da lì vengono gli attacchi? Qualcuno risponderà: alla fine vince il Mercato, che è la cosa più libera in assoluto, e che non a caso ha permesso alla Disney, tanto per restare in tema, di realizzare fatturati non trascurabili nell'ultimo mezzo secolo. Ma in alcuni casi è proprio la censura di mercato a insidiare la libertà d'espressione.

Prendiamo l'esempio, ormai noto, di «Eyes Wide Shut». Tutti sanno che appena prima di morire Stanley Kubrick ritocché elettronicamente l'orgia, coprendo con figure digitali i personaggi che praticavano sesso nella scena. Kubrick l'ha fatto non per pruderie, ma per evitare che il film, negli Usa, fosse vietato ai minori di 17 anni. Voi direte: è uno scrupolo morale, per consentire ai minorenni di vedere un film bello e importante. Nossignori: è una necessità commerciale. Da noi, un film vietato ai minori di 18 anni perderà qualche spettatore, e dovrà essere derubricato al momento di passare in tv, ma comunque uscirà nei cinema e gli adulti potranno vederlo (e si è dato il caso, a dire il vero più in passato che di recente, di film che da tale divieto hanno guadagnato). In America no: un film vietato ai minori può anche uscire, ma nessuna tv, nessun giornale, accetteranno di recensirlo o di ospitarne la pubblicità: i media lo cancelleranno, fingeranno che non esista, e questo significa la morte commerciale di qualunque opera, anche di un film di Kubrick.

È un caso in cui il mercato è molto più occhiuto, censore e feroce delle vecchie ideologie del tempo che fu. Perché il mercato è un'ideologia, la più integralista di tutte, ed esclude senza pietà chi non si adegua alla morale comune. Una volta capitava solo ai «ribelli». Oggi può toccare anche a Peter Pan o a Brad Pitt. Per questo la soglia di «vigilanza democratica», rispetto al passato, va mantenuta, o addirittura innalzata. Per evitare che tutto l'universo dei media si tramuti in un unico, gigantesco, vischioso telefilm senza sesso, senza conflitti, senza fumo e con un po' di violenza (perché, già, dimenticavamo: una sigaretta è un crimine efferato, una pistoletta in fronte invece non si nega a nessuno, nel paese dove gli scolari possono anche andare a scuola armati; l'importante, per carità, è che non fumino!).

# È caccia al nudo Hollywood «mani di forbice»

## Dopo Kubrick, tocca al film di Brad Pitt Ma i critici reagiscono alla censura puritana

PUBBLICITÀ

### Un bacio lesbico per l'immagine di Manchester

**LONDRA.** Due lesbiche che si baciano sulle labbra appaiono ritratte su un manifesto incollato sui muri di Manchester. È l'immagine che è stata scelta dal locale assessorato al turismo per incrementare i visitatori stranieri per l'anno 2000. Il sindaco di Manchester, Tony Burns ha presentato il manifesto durante un ricevimento ufficiale al quale erano stati invitati i rappresentanti delle industrie locali e le autorità. Burns ha detto: «Ogni aspetto positivo di questa città deve essere sfruttato a beneficio di tutta la popolazione. Si tratta di una scelta intelligente dal punto di vista del buon business».

Da alcuni anni, Manchester s'è imposta come la città più gay del Regno Unito e una vasta industria s'è sviluppata su questo tema incoraggiata dal comune e dalle imprese locali. Lo scorso anno anche Londra diede inizio ad una campagna per far pubblicità alla cultura gay in vista di attirare un sempre maggior numero di turisti. Venne distribuito un manifesto con lo slogan: «Se credete che South Beach (una spiaggia gay americana) sia l'unico posto per prendere il thè d'inverno, vi sbagliate, provate Londra». Il ministro del turismo inglese ha fatto i suoi calcoli ed ha scoperto che solamente in America ci sono 18 milioni di gay con un reddito del 70% superiore alla media e continua nell'intento di strappare questo «mercato» alle altre capitali europee. Il comune di Manchester ora ha deciso di competere col lancio di una campagna pubblicitaria assai più esplicita ed ha invitato due lesbiche a posare per una fotografia. Il manifesto verrà distribuito in vari paesi esteri.

DALLA REDAZIONE  
SIEGMUND GINZBERG

**WASHINGTON.** Ci tenevo che mia figlia, quattordicenne, e mio figlio, undicenne, vedessero Shakespeare in love in versione originale. Non li hanno fatti entrare. In America il film, chissà perché, è classificato «NC-17», cioè vietato ai minori non diciottenni. Forse perché offre un'antologia delle deliziose parolacce in antico inglese di cui Shakespeare era maestro. O, più probabilmente, perché vi si intravede una peraltro castissima scena di nudo. Niente male. Continuano a restare incollati alla tv. Dove, secondo le più recenti stime, i loro coetanei americani assisteranno a 40.000 scene sanguinolente di massacro, stupri, iper-violenza, horror da vomito, e una caterva di altre e forse peggiori oscenità mentali. Ha passato quest'anno mesi ad ascoltare mattino, pomeriggio e sera, nei più intimi dettagli, quel che il presidente Clinton faceva con Monica. Lo indottrineranno sulla diabolicità dei sigari e del tabacco. Ma sarà amorevolmente protetto dalla nudità.

Oltre a Shakespeare, le vittime più recenti e illustri della nuova ondata di puritanesimo filmico in America sono state le nudità di Tom Cruise nel film postumo di Stanley Kubrick, *Eyes wide shut* e quella di Brad Pitt, nell'atteso *Fight Club*, che deve ancora uscire. I produttori non hanno aspettato che gliel'essero. Ci hanno pensato loro. Gliel'ebbero «ritoccate» elettronicamente, «oscurando» le parti incriminate. Autocensura, o castrazione che la si voglia chiamare, preventive. Appunto per evitare la mannaia di una classificazione che rischiava di privarli di una parte molto sostanziosa del-

la audience pagante. Perché ognuno dei gradini che dal film «per tutti» va a quelli vietati ai minori-G (general), PG (da vedersi coi genitori), PG-13, R (retricted), NC-17 - si conta in centinaia di milioni di dollari di incasso mancato.

Solo un altro Paese aveva di recente dato prova di maggiore severità sul piano del costume cinematografico: l'ultra-confuciana Singapore, la patria della punizioni corporali con la canna di bambù, dove erano state censurate le scene di nudo in «Titanic».

Il fatto è che Hollywood, e l'intera industria dell'entertainment, si sentono sotto tiro. Sacrificano la pelle sullo schermo per salvarsi la pelle loro. La periodica ricerca degli «untori» per la «deriva morale» e l'epidemia di violenza che minacciano la tranquillità americana, la messa sotto accusa del cinema e della tv come responsabili di questo incubo nazionale, sono nuovamente avvampate dopo un episodio che ha colpito profondamente gli umori popolari, il massacro nella scuola media Columbine in Colorado. Era intervenuto Clinton in persona a chiedere a Hollywood moderazione. Si sono moltiplicati interventi e appelli, compreso un firmato da due ex-presidenti. Gli pende sul capo la spada di Damocle di una commissione ad hoc incaricata di studiare il fenomeno e imporre misure. Alla violenza Hollywood non vuole e non può rinunciare, è il pane del suo commercio. Mette quindi le mani avanti, cominciano a moderarsi sul sesso. Almeno in attesa che passi la buriana.

Vi sarete aspettati una levata di scudi da parte degli autori e dei critici in nome della libertà artistica? Proteste ci sono state, ma al momento piuttosto timide. Come

una lettera diffusa ieri, e firmata da 28 membri dell'Associazione critici cinematografici di New York, che segue un'analoga iniziativa dei colleghi di Los Angeles, criticando la censura al film di Kubrick e chiedendo di rivedere un sistema di classificazione «partito per la tangente», «diventato punitivo e restrittivo». Cui il produttore del film, Jan Harlan risponde dicendo che degli oscuramenti possibili

aveva parlato con Kubrick ancora in vita, anche se ammette di non averne avuto un'esplicita autorizzazione. Per *Fight Club*, il film in cui Pitt interpreta un boxeur a mani nude, il problema era sia il sesso che la violenza. Oltre che con la manipolazione digitale vi hanno posto rimedio rinviandone l'uscita (era previsto per lo scorso maggio, ora si parla dell'autunno). In attesa che le acque si calmino.



# Gran Bretagna, cadono i veli In tv l'autoerotismo è trendy

ALFIO BERNABEI

**LONDRA.** Troppo sesso. Siamo inglesi. Sempre con nuove tendenze e la rottura di vecchi tabù. La masturbazione alla televisione o il DIY (Do it yourself), fallo da solo, è l'ultimo episodio scabroso di cui si parla. Negli ultimi mesi, dodici canali televisivi sono stati ammoniti dalla «Broadcasting Standard Commission», la commissione di vigilanza, per aver trasmesso scene troppo spinte anche nei riguardi di uno dei passatempi più antichi,

ma fino ad ora sostanzialmente ignorato dal piccolo schermo. La commissione vigila sul contenuto dei programmi televisivi ed agisce sotto la spinta dei reclami che vengono dai telespettatori. Nell'ultima lista figurano ventitré esempi di reclami che vanno da una sequenza particolarmente controversa tra due uomini, inclusa nella prima «soap» gay nella storia della televisione mondiale, *Queer as Folk*, trasmesso in quattro puntate dal Channel 4, a una scena di *The Sex Trade* in cui una donna allatta un uomo adulto do-

po avergli messo dei pannolini per bambini sotto i pantaloni. Ma il numero più consistente di reclami la commissione lo ha ricevuto in relazione all'ultimo tabù: il maschio in compagnia del suo membro e di un pacchetto di Kleenex. Il fenomeno, come una moda, non si limita ai programmi televisivi, ma si nota un po' dappertutto. In questi ultimi mesi una serie di giganteschi manifesti pubblicitari di un'industria d'abbigliamento maschile, Jigsaw, ha fermato il traffico in Inghilterra. E tutto a causa di un uomo comple-

tamente vestito che tiene la mano in una certa posizione. Per quanto riguarda la televisione, tutto è cominciato con una scena presentata otto mesi fa in un popolarissimo programma televisivo a puntate intitolata *Men Behaving Badly* (Uomini che si comportano male). La scena ha suscitato scalpore non solo per l'esplicita allusione alla masturbazione, ma in quanto è stata trasmessa sotto Natale durante l'ora di massimo ascolto. Il personaggio principale chiamato Gary, viene ripreso mentre torna a casa con una bor-

sa piena di pornocassette e una scatola di Kleenex formato kingsize. L'associazione tra i due prodotti acquistati insieme e il seguito con la scatola aperta e i fazzolettini accatastati sul divano, non ha lasciato dubbi sull'autostrenna natalizia di Gary. Il giorno dopo i giornali, specie il *Daily Mail*, hanno scaricato un torrente di commenti scioccati scritti per lo più da uomini. Il passaggio da Gary con i suoi Kleenex a tutta una serie di riferimenti visuali alla masturbazione è stato rapidissimo, proprio come se tutta una riserva

di immagini fossero state messe da parte in attesa del momento giusto. Il fotografo Terry Richardson che ha scattato le foto finite sui tabelloni pubblicitari ha avuto anche l'accortezza di ingrandire la mano posta all'altezza della cerniera dopo averla ingrassata di olio. E se l'idea non ha proprio fermato il traffico poco c'è mancato. Nel contesto dei vari reclami, la commissione di vigilanza fa notare che si sta delineando una nuova tendenza anche in relazione alla natura dei reclami stessi su temi riguardanti il sesso. Nel complesso i telespettatori inglesi sono preparati ad accettare una sempre maggiore libertà di espressione sessuale, tanto che si registra un calo dal 39% al 24% nel numero di reclami su questi temi, ma c'è crescente preoccupazione per certe fasce di ascolto quando i bam-

bini sono presenti o nei riguardi dei programmi più popolari nella prima parte della serata o di prima mattina. Così per esempio molti hanno protestato per allusioni ad una relazione sessuale tra un fratellastro e sua sorella alle cinque del pomeriggio e a due uomini che si baciano alle otto della mattina. Proteste sono giunte anche per il programma *The Rise and Rise of Viagra* (L'ascesa e l'ascesa del Viagra) che ha intervistato tre coppie dopo un esperimento col Viagra trasmesso all'ora di punta. Ma forse la serie di reclami più curiosi li ha sollevati una scena inclusa in un noto programma religioso intitolato *Desperately Seeking Something* (Alla disperata ricerca di qualcosa) in cui si vede una coppia in costume da bagno, dentro una piscina, avvinghiata in una scena carnale.

