



CARLO FRECCERO è stato direttore di Rai4 (dal 2008 al 5 agosto 2013) e di Rai2 (dal 1996 al 2002). In 35 anni di carriera ha guidato i palinsesti di Canale 5, Italia 1, La Cinq, France 2 e France 3.



DM IDEE

THE KILLING è il remake Usa della serie thriller della tv danese. La terza stagione andrà in onda su FoxCrime.

TI CONSIGLIO COME COSTRUIRE UNA TV SU MISURA PER TE

Primo: non fare zapping svogliato. Secondo: curiosare in Rete. Terzo: scoprire la fiction. Parola di Carlo Freccero, "filosofo" del piccolo schermo. Che il 31 agosto, al **Festival della Mente** di Sarzana, parlerà di televisione e creatività. A chi, se non a lui, potevamo chiedere una guida all'uso intelligente del telecomando?

di MARIELLA BOERCI scrivile a attualita@mondadori.it

«Io mi considero un "mangiatore di televisione": vedo di tutto, dai programmi colti a quelli popolari». Anche in questa risposta Carlo Freccero si conferma il più provocatorio, estroso inventore di televisione degli ultimi 35 anni in Italia. Il 5 agosto ha compiuto 65 anni e, nello stesso giorno, la Rai ha deciso di mandarlo in pensione da direttore di Rai4, sia pure offrendogli di occuparsi

della futura Rai Expo, il canale dedicato all'evento del 2015. Intanto Freccero sarà tra i protagonisti al **Festival della Mente** di Sarzana, dal 30 agosto al 1° settembre (www.festivaldella mente.it): il 31 parlerà del rapporto tra creatività e televisione. A chi, se non a lui, potevamo chiedere una guida per guardare la tv in modo consapevole e intelligente? «La maturità mi ha regalato una freddezza e una lucidità di pensiero straordinarie» dice Freccero, che quest'anno ha pubblicato *Televisione* (Bollati Boringhieri). «Non mi sono mai fermato e oggi ho ancora voglia di imparare. Di praticare la "ginnastica mentale" dello studio. È importante per chi la tv la fa di mestiere, ma anche per chi la guarda. Per essere davvero creativi, l'intuizione da sola non basta: non è che il primo passo di un lungo percorso. Il secondo è la conoscenza del mezzo. Per scegliere cosa vedere, bisogna sapere come si sono evoluti nel tempo i programmi e i generi televisivi. E come cambiano adesso».

Che cosa è la creatività oggi?

«È qualcosa che sento addosso profondamente: lo spirito ▶



THE NEWSROOM è la serie sul mondo del giornalismo creata da Aaron Sorkin. Ha debuttato negli Usa a giugno 2012. In Italia andrà in onda su Rai3 in autunno.

DM IDEE



DOWNTON ABBEY è la serie in costume anglo-americana che è entrata nel Guinness dei primati 2011 come show più acclamato dalla critica. Diva Universal ora trasmette la prima stagione. La terza andrà in onda su Rete 4 in autunno.



MAD MEN è la serie ambientata nella New York degli anni '60, ideata da Matthew Weiner. Negli Stati Uniti viene trasmessa da AMC dal 19 luglio 2007. In Italia, la quinta stagione andrà in onda dal 1° dicembre in prima visione su Rai4.

dell'epoca. Cioè, una sensibilità che consente di capire come soffia il vento, dove sta andando il gusto della gente, cosa si agita nella pancia del mondo».

La tv stimola o frena la curiosità?

«Alt, oggi non si parla più di televisione ma di televisioni. Tra tanta offerta si trova anche qualche gioiello. Prenda la tv americana: è una delle più trash, eppure crea dei serial di una grandezza degna dei film d'autore, che forniscono una visione critica e non banale della società».

Per esempio?

«In autunno arriva su Rai4 la quinta stagione di *Mad Men*, un prodotto americano ideato da Matthew Weiner, che ha vinto 15 Emmy e 4 Golden Globe come miglior serie drammatica degli ultimi anni».

Quali sono, invece, i programmi da evitare perché «spengono il cervello»?

«Nei prossimi mesi temo che ci sarà un'ondata di "tv dell'emergenza": con la crisi pubblicitaria e, di conseguenza, con gli scarsissimi investimenti si produrrà poco. E i palinsesti saranno sommersi dalle solite chiacchiere dei talk show. Da evitare anche i reality di basso livello. Si dovrebbe puntare invece sulla "tv dell'immaginario". Quella che riesce a rompere le regole, a combinare familiarità e sorpresa. E che fa balenare il lampo creativo. O almeno qualche utile novità. Con la tv si può giocare, come con un videogame».

In che senso?

«Tra miriadi di emittenti digitali, la televisione è diventata come la Rete, dove ciascuno ha il suo mondo, il suo sito. Alla fine, per fortuna, questo non soffoca la creatività, ma può creare nuove intelligenze, nuovi modi di vedere e di sentire. Bisogna divertirsi, seguendo la raccomandazione e il testamento spirituale di Steve Jobs: "Siate folli!". E, aggiungerei, curiosi. Aggiornati. Informati. Grazie a Internet oggi è più facile. Il web è diventato la bussola del nostro immaginario».

Perché?

«Internet ci aiuta a costruire la nostra tv su misura. È finito il tempo dell'utente passivo, del telespettatore che si sorbisce "quel che c'è stasera" tra lo zapping svogliato. Adesso, grazie alla pay tv e ai contenuti dei canali tematici, chiunque può costruire da sé il proprio palinsesto».

Ci dia un consiglio per farlo: da dove si inizia?

«Dalla fiction: nessun genere sa interpretare altrettanto bene il nostro tempo. Dopo avere lavorato in televisioni di tutti i tipi in due Paesi, Italia e Francia, dopo essermi molto divertito a fare questo mestiere, ho ancora voglia di scoprire cose nuove. E la fiction sa guardare avanti».

Che tipo di fiction ha in mente?

«Penso ancora alla grande lezione americana. Gli Usa sono la migliore scuola di scrittura televisiva. Non a caso, agli inizi in America lo "showrunner" era un semplice autore di testi, poco pagato. Oggi, invece, chi crea una serie o un format è il personaggio più potente del sistema (per citare un nome, basta quello di J.J. Abrams, papà di un successo planetario come *Lost*, ndr). Ho in mente fiction come *Sex and the City*, che di stagione in stagione è sempre seguitissima, anche in replica: c'è più verità sul modo di intendere la relazione uomo-donna nelle parole di Carrie e delle sue amiche che in tutte le confessioni in diretta dei reality. Citerei anche *Nip/Tuck*: ogni puntata offre un'analisi approfondita e inquietante del rapporto con il corpo. Altro che tutti quei programmi di intrattenimento in cui si cambia pelle, look, faccia...».

E se volessimo guardare anche all'Europa?

«Nel palinsesto ideale metterei senz'altro *The Killing*, della televisione pubblica danese. In Italia, invece, al di là dei *Don Matteo* e *Un medico in famiglia*, che possono essere seguiti con un occhio solo, cenando o lavando i piatti, le serie più innovative sono state prodotte da Sky: *Romanzo criminale* e *Boris*. Due esempi che hanno avuto buon riscontro di pubblico, modelli a cui ispirarsi per la tv del futuro».