

proteste

PARIGI, LOUVRE BLOCCATO DAI PRECARI DELLO SPETTACOLO
I precari dello spettacolo, da settimane in agitazione per il rinnovo del loro contratto collettivo di lavoro, ieri hanno bloccato per protesta gli accessi del museo del Louvre a Parigi. I dimostranti, tra i 150 e i 250 secondo fonti della polizia, hanno sbarrato l'ingresso principale del grande museo, quello posto sotto la grande piramide di vetro del cortile principale, e sono accompagnati da una piccola pattuglia di archeologi che intendono contestare il varo imminente di una nuova legge sugli «scavi preventivi». La manifestazione precede di qualche giorno la giornata nazionale di lotta dei precari dello spettacolo, proclamata per il 5 agosto.

monopolio

ODISSEA SKY: NON AVRAI ALTRO INSTALLATORE ALL'INFUORI DI QUELLI TARGATI MURDOCH

Eduardo Di Blasi

È arrivato lo zio Rupert, già padrone e signore di Sky, e ha «razionalizzato» il sistema della televisione via satellite. In un sol colpo ha unificato la piattaforma del digitale, ha fissato un prezzo unico per il kit decoder e parabola, ha ingarbugliato i canali del telecomando, ha banchettato su quello che restava dei «pirati di banda», quelli che fino a pochi mesi fa, armati di una card elettronica tarocata e scaricando da internet preziosi codici per accendere di immagini colorate il proprio televisore, vedevano a sbafo film e partite trasmesse da TelePiù e Stream.

Questa «città», oggi abitata da 2 milioni e 400mila teledipendenti (un tempo erano 5 milioni, quando ancora esistevano gli slums della «visio-

ne fai da te»), non sarà più la stessa. Come un anziano sceriffo arrivato a fare pulizia in un paesino del vecchio west in mano ad una banda di malviventi, Murdoch ha deciso tutte le regole. Non importa che siano giuste o sbagliate: sono le sue.

Oltre ad aver fissato i prezzi dei vari bouquet di canali visibili sulle frequenze Sky, lo «sceriffo» ha ben pensato di porre un argine anche alla terribile combriccola degli installatori di parabole che da anni bazzicavano nel sottobosco cittadino, arrampicandosi sui tetti e ponendo svenevoli domande sulla presenza o meno del «segnale».

All'anagrafe ne risultavano circa 13.000: 5.000 antennisti regolari e 8.000 «dopolavoristi»

che si «arrangiavano» montando decoder e parabole nel tempo libero.

Da oggi, a montare parabole Sky, saranno solo in 2100, tutti scelti dalla casa madre, con prodotti scelti dalla casa madre, con responsabilità (stante alle legge 46 del 1990) tutte a loro carico (mica può fare tutto la casa madre?). «In questo modo sarà un po' come la Telecom. Tu chiami e loro mandano il tecnico specializzato: è un metodo sicuramente conveniente per la zia Maria che altrimenti si farebbe imbrogliare», spiega Alberto Borchiellini, presidente di Eurosatellite, la società che ha avuto il compito di formare sia la vecchia che la nuova leva di installatori.

«Non abbiamo avuto scelta - lamenta invece

uno di quei disperati - ci hanno messo davanti un contratto: o vi accontentate di questo prezzo oppure non sarete nostri installatori. E se non mettiamo le parabole di Sky quali montiamo?».

Così, dopo aver seguito il corso di formazione di due giorni (costo 100 euro), alcuni di loro si sentono ingannati.

Adesso la zia Maria può acquistare l'intero kit, compreso di installazione, a 299 euro, mentre il tristo farabutto dovrà prendersi sempre i suoi 70 euro anche se, a proprie spese, dovrà mettere un cavo che fa il giro del palazzo, si stende tra due corpi di fabbrica tipo filo del bucato e poi si arrampica lungo la grondaia seguendo una linea elicoidale. È il monopolio, bellezza.

le TV del PADRONE
Raccolta dei corsivi di Maria Novella Oppo
martedì 5 agosto con l'Unità a € 3,10 in più

le TV del PADRONE
Raccolta dei corsivi di Maria Novella Oppo
martedì 5 agosto con l'Unità a € 3,10 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

Gianluca Biscalchin

TELEVISIONE

Non ci resta che la Soap

La scusa c'è: viene subito dopo *Blob. Un posto al sole* si può vedere senza vergogna. Senza paura di passare per dei microcefali incolti e rimbambiti dalla tv spazzatura. E il motivo è clamoroso: la madre di tutte le soap italiane è progressista. Niente panico, la politica non c'entra. Eppure le vicende di Palazzo Palladini, fulcro e nucleo delle dei fatti di *Un posto al sole*, sembrano il programma politico dei tempi di Bassolino sindaco di Napoli. Amori, tradimenti, patrimoni persi e riconquistati, invidie, ambizioni, drammi si intrecciano con impegno sociale, nuova imprenditoria del Sud e lotta all'illegalità. Quella che ha fatto da battistrada a tutte le telenovela di casa nostra ha stravolto il concetto di soap rimanendo assolutamente all'interno del genere.

Per questo *Un posto al sole* è un caso. Non casuale. La soap di Rai Tre, nata sette anni fa grazie anche a Giovanni Minoli e con la voglia di rilanciare il Centro di Produzione Rai di Napoli, ha cambiato le regole del gioco. Con discrezione. E adesso Antenne 2 ha spedito sul posto un gruppo di lavoro per studiare cosa succede nel laboratorio televisivo più vivace d'Italia. E un professore della Sorbona sta scrivendo un saggio su Palazzo Palladini. Il massmediologo Alberto Abruzzese ha fornito alla produzione alcuni allievi per collaborare alla stesura dei soggetti e ha partecipato all'affollata presentazione del libro sulla soap alla Feltrinelli di Milano.

Con altri professori universitari. Quindi progressisti d'Italia non vi vergognate. Siete in buona compagnia. Siete forse in quel 40% del pubblico di *Un posto al sole* che mai, per niente al mondo, vedrebbe una soap in tv. E siete tra quelli che mai e poi mai, anche se non lo dite in giro, sostituirste *Un posto al sole* con il sequel di *Scene da un matrimonio* di Bergman. Alberto Bader, il direttore artistico della soap (coprodotta da Rai e Grundy), rivendica con orgoglio il lavoro fatto. Pronto a ripartire con tutto il cast, i capo scrittori Paolo Terracciano e Michele Zatta e la massa dei tecnici a settembre. Le puntate si sono interrotte il 25 luglio, poco dopo aver festeggiato le 1.500 puntate, con un'audience che è arrivata spesso ai 4 milioni in una fascia oraria non felicissima. Bader rivendica anche delle piccole ma significative rivoluzioni tecniche. Alle classiche puntate giocate su tre storie che si intrecciano si sono sperimentate puntate monotematiche, stile telefilm, dove tutto succede in tempo reale nei 25 minuti canonici dell'episodio. Esperimento che si è meritato il plauso dei critici televisivi.

Ma la forza di *Un posto al sole* sta altrove. «Anche se il format è australiano - racconta sempre Bader - abbiamo sfruttato la professionalità e la tradizione che Napoli poteva offrire». E tutto senza banalizzare l'impronta partenopea. Non si sente profumo di ragù, niente *Funiculi Funicula*, e a



Sopra e qui sotto, due momenti della soap di Rai Tre «Un posto al sole». A destra, Antonia Liskova, tra i protagonisti di «Incantesimo»



Intrighi, invidie e amori che s'intrecciano con squarci di disagio sociale e problemi del lavoro: ebbene sì, la telenovela «Un posto al sole» cambia le regole del gioco. Tanto che viene persino studiata alla Sorbona...

Vivere

Colpi bassi in provincia che nemmeno «Beautiful»...

Vivere è stata plasmata sul modello di *Beautiful*. Né più né meno. L'operazione di Canale 5 è stata quella di spostare le vicende della famiglia Forrester da Los Angeles alla produttiva Como. Il capo famiglia si chiama Alfio e dirige un setificio dove lavora anche il figlio Andrea. Ma il rapollo ha le sue proprie ambizioni e lancia una sua linea. Ma deve contrastare l'ambiziosa concorrenza della sua ex amante ed ex collaboratrice Eva Bonelli. L'ambiziosa rivale ha una sua linea di moda, Eva Futura, e non risparmia colpi bassi ai suoi concorrenti. Una torbida vicenda di provincia, realistica in quanto ciò che veramente succede nel mondo della moda è molto peggio della soap. Ma il budget, rispetto a *Beautiful*, è molto ridotto e non permette di condire le storie di Alfio, Eva e Andrea con lo scintillante nulla del modello americano.

dire il vero, c'è più Vico che Pulcinella. Più Eduardo che Marisa Laurito. Lo sforzo di scrittura è evidente. I personaggi sono curati, complessi, ricchi. Sono buoni anche quando sono cattivi e cattivi quando sembrano buoni. Una banalità? Chiedetelo a quelli della famiglia For-

Incantesimo

Ma come sono patinati questi chirurghi plastici!

Incantesimo è il titolo più forte proposto dalla Rai nel variegato mondo dei serial. Ottimi ascolti e un cast prestigioso costituiscono la forza della soap. Gli attori che ci lavorano dimostrano quanto la tv nazionale ci creda e ha assoldato nomi di classe da Paola Pitagora, la protagonista, a Delia Boccardo, da Giuseppe Pambieri ai giovani Antonia Liskova e Lorenzo Ciompi, diventato celebre grazie alla sua interpretazione di Luca Biagi. *Incantesimo* rappresenta un caso unico in Italia di soap pensata e prodotta per il prime time, dura 100' ed è girata con pellicola cinematografica. La storia ruota intorno alla clinica Life. L'ambiente è quello medico, ma di lusso. Tra chirurghi plastici, industriali farmaceutici, avvocati si giocano le vicende intricatissime di una folla di personaggi. Patinata e luccicante rappresenta la versione italiana più credibile delle lussuose rivali americane. Ma recitata meglio.

figlia la parte della carogna per salvare il rapporto della ragazza col padre carcerato. In poche parole *Un posto al sole* è allergico agli stereotipi, per quanto può esserlo una soap di successo. Pur non volendo essere quello che è stato *Twin Peaks* per i serial america-

Cento vetrine

Il crocevia dei sentimenti? Un centro commerciale

Cento vetrine è ambientata a Torino. In un centro commerciale, come si intuisce dal titolo. Cento negozi e cento storie che inevitabilmente si intrecciano su Canale 5. Dalla mente creativa di Cristiana Farina, che ha inventato anche *Vivere*, è nata questa intricata vicenda sentimentale-commerciale che vede coinvolti Elena (Serena Bonanno), Fatima (Mary Asiride), Gabriele (Massimo Bulla) e Giuliano, il bello della soap interpretato da Roberto Farnesi. Intorno a lui girano le varie vicende di *Cento vetrine*. Ha un carattere fiero e orgoglioso, ha passato in galera quattro anni per aver ferito il patrigno. Lì si è laureato in giurisprudenza ed è uscito per vendicarsi. Il «politically correct» qui è garantito da Fatima, una ragazza somala che lavora nell'agenzia di viaggi di *Cento Vetrine* e che è vittima di fastidiosi episodi di razzismo che lei combatte con la sua umanità.

ni, *Un posto al sole* ha abituato il proprio pubblico ha disdegnare la zuppa ribollita. A tal punto che quando la produzione ha inserito nelle puntate attori «patinati», gli spettatori si sono ribellati invadendo la produzione di mail di protesta. In fondo è una scelta di cam-

Ricominciare

Sordidi giochi di potere tra i borghesi di provincia

Ricominciare, in oda su Rai Uno, ha avuto l'arduo compito di contrastare *Beautiful*. La stessa fascia oraria, le 14, orario caducissimo e lo stesso target da conquistare giocando su un terreno molto difficile. Anche se la modalità narrativa è la stessa, il budget a disposizione è assai diverso. Si tratta sempre di una storia di provincia, fatta di potere e passioni, di bellezza e di cattiveria. Un po' come tutte le altre soap. Qui però, invece della Como di *Vivere*, la città è Perugia e la famiglia protagonista, i Vallesi, è una dinastia di editori. Si tratta di un'azienda in crisi e questo spiega il sottobosco di intrighi e di macchinazioni all'ombra di un potere che si sta dissolvendo. Evidentemente il tentativo è quello di citare *Vivere*, della concorrente Canale 5. Stesso ambiente borghese e imprenditoriale, stessa sordida vita di provincia, stesse dinamiche.

maronnamia». Quindi, intellettuali d'Italia, state tranquilli: *Un posto al sole* si può guardare. Anche perché cosa c'è di male in una soap quando in Italia comanda il cast di *Volemos bene e Tiriamoaccampà?*

po. Da quando in qua le Barbie impagliate di *Beautiful* e *Sentieri* si mettono a dirigere un centro di ascolto per il disagio sociale come fa Giulia Poggi (Marina Tagliaferri)? E quando mai nella dorata idiozia della soap made in Disneyworld si è affrontato in maniera così diretta il mondo del lavoro, la mobilità, la precarietà che colpisce Giò (Gioia Spaziani) o Guido (Germano Bellavia). E senza ricorrere al simpatico stereotipo della simpaticissima arte d'arrangiarsi dei napoletani, come farebbe De Crescenzo. La bandiera della napoletanità è portata invece con onore da Patrizio Rispo (il portiere Raffaele) che costruisce un vero personaggio alla *Napoli Milionaria!*, tragico e comico, gijone e saggio.

Ma la trovata più efficace e interessante, se proprio si vuol fare della sociologia, è nel modo di parlare di imprenditoria. La famiglia ricca e potente, i Palladini, padroni del palazzo dove tutti i personaggi abitano, sono armatori. È vero, c'è un po' di Lauro in loro. Ma la corruzione, le manovre oscure, gli inganni, sono gli stessi di ogni altra parte del globo terraqueo. Niente cattivo *genius loci napoletano*. Anche perché la giovane erede della casata Eleonora (Hélène Nardini) donna, imprenditrice e mamma decide di investire in una casa discografica giovane aggressiva, dinamica che si nutre d'utopia, in barba al rassegnato nichilismo del Sud, vittima del malgoverno borbonico eccetera eccetera. E senza rinunciare alle gioie della maternità. Potrebbe candidarsi alla presidenza dell'Associazione dei giovani imprenditori o a ministra come la Prestigia-

come o la Melandri. Si sente forte l'aria della rinascita industriale del Sud in mano a giovani capaci e preparati, con un occhio rivolto all'Europa degli incentivi comunitari.

Il personaggio più significativo in questo senso è Paolo Solari (interpretato da Vito Di Bella) l'immagine del manager dal volto umano che sicuramente ha letto Rilkin e le nuove teorie sul lavoro e sulla gratificazione dei dipendenti che porta profitto all'azienda. Fa delle sue debolezze un punto di forza, dell'entusiasmo una risorsa economica: potrebbe rappresentare il modello del perfetto imprenditore di sinistra.

Tutto questo è *Un posto al sole*, non un film di Ken Loach. Niente pretese di intellettualismo a Palazzo Palladini, niente puzza di cultura. Il genere si cambia, ma dall'interno. Puntando sulla qualità dei dialoghi e sulla veridicità dei personaggi e sulla decostruzione dei luoghi comuni. Quindi ben venga l'inflessione dialettale, usata però come presa diretta della realtà, non come presa in giro. Uno stile che paga. Lo dimostra il fatto che il massimo dell'audience si registra in Trentino e più in generale nel Triveneto, dove non