

## La battaglia culturale de l'Unità per ricordare Einaudi a Paternò

SALVO FALLICA

VI SONO BATTAGLIE DI LUNGA DURATA, CHE QUANDO GIUNGONO A COMPIMENTO MOSTRANO QUANTO PARADOSSALI SIANO I RITARDI CULTURALI ITALIANI. Questa è la storia di una riscoperta avvenuta in terra sicula. Ci son voluti quasi vent'anni, ma alla fine Paternò (città di 50 mila abitanti ai piedi dell'Etna), famosa per le arance rosse, si è ricordata di aver dato la

cittadinanza onoraria ad uno dei più grandi editori della storia d'Italia e d'Europa, Giulio Einaudi.

Le istituzioni locali, politiche e culturali, sono riuscite nel compito non facile di dimenticare sistematicamente Einaudi al punto di non citarlo (soprattutto durante le giunte di centrodestra), adesso un'associazione culturale è riuscita nell'impresa di organizzare ed intitolare alla memoria di Giulio Einaudi un premio nazionale di poesia. Ed ha

trovato un dialogo costruttivo con il nuovo governo di centrosinistra guidato da un piddino, Mauro Mangano. La presidente dell'associazione culturale, «Paternò News», Francesca Coluccio, spiega: «Senza le battaglie dei media e de l'Unità in primo luogo, che han mantenuto vivo l'evento degli inizi degli anni '90, il tutto sarebbe caduto nell'oblio. Adesso stiamo lavorando ad un grande evento, coinvolgendo molte scuole e biblioteche siciliane, perché vogliamo che la manifestazione sia un patrimonio culturale dell'intera isola». Durante la conferenza stampa al Comune la Coluccio e gli altri vertici dell'associazione culturale nel ringraziare i media, hanno evidenziato il ruolo de l'Unità, citando anche l'articolo con il titolo incentrato sull'incredibile dimenticanza. Coluccio aggiunge: «Noi abbiamo avuto il placet per il premio dalla casa

editrice Einaudi e durante la conferenza abbiamo letto anche una loro bella lettera sull'iniziativa. Il concorso nazionale di poesia si chiamerà "Giulio Einaudi-Torre d'argento"».

La Torre d'argento non è casuale, è un riferimento alla presenza nella suggestiva collina storica che domina la città, piena di chiese e strutture architettoniche che testimoniano millenni di storia, di un castello normanno di pregevole fattura.

Un castello costruito su una preesistente struttura araba, simbolo dell'in-

\*\*\*

**Le giunte di destra gli avevano cancellato la cittadinanza onoraria**

croci di civiltà e culture. Coluccio chiosa: «Vogliamo ampliare in futuro la manifestazione con premi nei settori della narrativa, della saggistica, del giornalismo, ma crediamo nella gradualità. Un passo alla volta».

La data della prima edizione è prevista per il 14 dicembre di quest'anno. «Noi ci siamo ispirati alla battaglia culturale de l'Unità» - dice Lorenzo Arcoria (consigliere comunale di centrosinistra) - la società civile ne ha tratto nutrimento e ha perseguito la meta, che è quella di ricordare Giulio Einaudi, di organizzare una manifestazione di rilievo regionale e nazionale. Partendo dalla poesia. Può sembrare un cammino arduo, ma la forza utopica dei poeti è una spinta alla realizzazione dei sogni. A non smettere di sperare in un mondo migliore. Una via che le pagine culturali de l'Unità ci hanno indicato...».

# Una mamma imperfetta

## La Disney ha acquistato i diritti della serie da Rai Trade

**Al Mipcom di Cannes tante le novità annunciate. Su Raidue «The Bridge» con la tedesca Diane Kruger. E Naomi Campbell ha lanciato il format «The Face»**

PAOLO CALCAGNO

LA DISNEY FA SPESE IN ITALIA. AL MIPCOM (MERCATO INTERNAZIONALE DEI PROGRAMMI TV) DI CANNES, GLI STUDIOS DEL NETWORK AMERICANO ABC, di proprietà Disney, hanno acquistato da Rai Trade (la consociata che commercializza i prodotti Rai) i diritti della serie *Una Mamma Imperfetta* per farne un remake a «stelle e strisce». La web-serie dello sceneggiatore Ivan Cotroneo (ha firmato il film *La kryptonite nella borsa* e il romanzo *Un Bacio*) interessa anche a emittenti di Cina, Spagna, Scandinavia e Croazia, con le quali Rai Trade ha avviato trattative.

Intanto, già da ieri, i 25 nuovi episodi di *Una Mamma Imperfetta 2* sono diffusi contemporaneamente sul web (Corriere.it) e su Raidue, alle 21, dal lunedì al venerdì, per la regia di Stefano Chiantini. Una scelta di distribuzione multimediale in simultanea, quella del direttore della seconda rete pubblica Angelo Teodoli, che spicca sul mercato internazionale per il suo profilo innovativo. Sempre da ieri, ogni giorno, in 8 minuti, la brava Lucia Mascino, nei panni della protagonista della serie Chiara Guerrieri, torna a raccontare le sue avventure quotidiane, come in una sorta di diario dei suoi impegni settimanali: il cappuccino con le amiche dopo aver accompagnato i figli a scuola, le riunioni al lavoro, le partite di calcetto del figlio, le lezioni di ginnastica ritmica della figlia, le lezioni da ripetere a casa, le ricerche da preparare, un amore ormai ultradecennale da mantenere vivo: tante cose, troppe, per non essere costantemente in ritardo.

E, ancora su Raidue, dopo il felice debutto su Fox Crime, andranno i 13 episodi della serie Shine International più corteggiata al Mipcom: *The Bridge* (Il Ponte), con protagonista una fra le donne più belle del mondo, l'algida tedesca Diane Kruger. L'ex modella, già seducente Elena in *Troy* e magnifica interprete della nobile spia tedesca in *Bastardi senza gloria*, di Tarantino, assieme a Demián Bichir compone un'insolita coppia di detective alle prese con un feroce serial killer che semina cadaveri lungo il confine tra Stati Uniti e Messico.

Non ha trovato vie d'uscita sul mercato ita-

\*\*\*

**Paolo Bonolis presenta «Blue Box Entertainment» società dell'agente Lucio Presta**

liano, invece, *Tunnel*, l'altra serie che Shine International ha presentato in anteprima mondiale a Cannes. I «cacciatori di serial» di Rai e Sky Tv sono rimasti perplessi di fronte al poliziesco gotico che si svolge nelle profondità de La Manica, lungo il «Tunnel» che collega Calais all'Inghilterra.

Ancora il marchio Shine International, sta-

volta sul fronte della moda, ha allietato il Mipcom di Cannes portando sulla Croisette il fascino intramontabile di Naomi Campbell. La celebre top-model, assieme alle colleghe Caroline ed Erin, ha lanciato il format *The Face* in cui fa da mentore a un team di aspiranti modelle in gara fra loro. «L'aspetto più eccitante di questo show - ha commentato Naomi Campbell - sta nell'opportunità che offriamo a una modella di diventare il volto di una marca di alto livello internazionale. Sarà un momento-chiave che cambierà la vita della vincitrice di *The Face*».

A sorpresa, infine, è comparso al Mipcom Paolo Bonolis. Il popolare showman ha annunciato al mercato internazionale la nascita di «Blue Box Entertainment», società dell'agente Lucio Presta e dell'autore Silvio Testi che si propone di sviluppare produrre e distribuire programmi innovativi «nella rotta dell'intrattenimento e della creatività italiana». Bonolis ha illustrato un demo-video in cui sono stati proposti format nuovi e altri già noti come i suoi *Ciao Darwin* e *Avanti un altro*. Fra i testimonial nel video, anche Roberto Benigni, Fiorello, Paola Cortellesi ed Elio. «Ho fatto volentieri un favore all'amico Presta, venendo qui a presentare il suo nuovo marchio - ha spiegato Bonolis - Come autore dei miei programmi, mi auguro che *Blue Box* riesca a diffonderli anche all'estero. Iniziative come questa sono importanti per esportare progetti nuovi, che non si appoggino alle culture precedenti».



### Banksy, originali venduti come falsi

Tele originali firmate dal writer inglese Banksy erano in vendita su un banchetto a Central Park a New York a 60 dollari l'una (44 euro circa). Il misterioso street artist - che si trova nella Grande Mela per un soggiorno di circa un mese, durante il quale ha promesso un'«azione» al giorno - ha postato sul suo sito un video che mostrava un uomo che vendeva i quadri, all'apparenza dei falsi Banksy, stimati fino a 23mila euro ciascuno, molti dei quali rimasti invenduti alla fine della giornata.

## «Publisher» se l'editore diventa un libro



LA FABBRICA DEI LIBRI

MARIA SERENA PALIERI

SE UNA DELLE CARATTERISTICHE DEL TARDO POST-MODERN CHE VIVIAMO è l'abbattimento dei muri tra realtà e finzione e tra prima e terza persona, Fazi, la casa editrice romana nata nel 1994, è il Tardo Post Modern per definizione. *Publisher*, in libreria da giovedì, è il libro di Alice di Stefano, editor del marchio per la narrativa italiana ma anche moglie dell'editore.

Ed è una biografia (per forza di cose autorizzata) di Elido Fazi. Dove si racconta, tra l'altro, come il primo successo economico da sbalzo del marchio fu il diario erotico della famosa Melissa (P. per Panarello) e di come della sedicenne dei colpi di spazzola si innamorò a suo tempo il figlio primogenito Thomas. Nonché del premio Strega 2009 dove arrivò in cinquina, per Fazi, *L'ultima estate* di Cesarina Vighy, malata di Sla e madre di Alice di Stefano stessa. Dici via Isonzo 42, indirizzo della Fazi, e non sai se trovi una casa editrice o un incestuoso albero genealogico... *Publisher* è un contenitore di 377 pagine di gossip. Il tipo di libro che si legge saltabecando da una pagina all'altra cercando il nome illustre o quello pettegolo: Gore Vidal, l'Autore americano che al marchio ha dato lustro, Vito Mancuso il teologo mediatico che con la collana «Campo de' Fiori» al marchio regala pensosità, o appunto Melissa P., lite furibonda per le royalties per i 3 milioni di copie vendute... È un biopic, come dicono al cinema, biografia di persona esistente. È un'auto fiction: l'autrice vi compare in terza persona come «Alice» che vaga nel paese editoriale delle meraviglie. È un libro che perciò si legge in un pomeriggio, scritto da una giovane donna (Alice è del 1971, Elido del 1952) che interpreta con saggio senso del limite e sicuro senso dell'umorismo il compito di moglie di un uomo descritto come un comico Narciso. Domanda: ci fermiamo qui o si è aperto un genere? Se vende, è in arrivo un'ondata di «biopic» salaci su Gallimard, Feltrinelli & C.?

spalieri@tin.it