

La kermesse

Data Stampa 8865-Data Stampa 8865

Data Stampa 8865-Data Stampa 8865

A Palazzo Reale festa per i 30 anni di «Un posto al sole»

L'analisi di un successo televisivo e imprenditoriale nell'ambito della prima edizione di Kyma

Quali sorprese ci riserveranno anche questa sera gli abitanti di Palazzo Palladini? Se lo chiede certamente il milione e mezzo di telespettatori che alle 20.50 non mancheranno, come accade da anni, l'appuntamento su Rai 3 con «Un posto al sole», la soap più longeva della tv italiana con oltre settemila puntate realizzate nella sede Rai di Napoli.

Trent'anni di successi dovuti non solo dalle qualità artistiche del cast, ma anche per un modello produttivo che ha fatto scuola, emblema di quella virtuosa industria culturale analizzata ieri a Palazzo Reale nel corso della presentazione del progetto Kyma, il primo hub del Mediterraneo dedicato all'incontro tra editoria, cinema, audiovisivo e nuove forme della narrazione contemporanea.

Patrizio Rispo, Marina Tagliaferri, Marzio Honorato, Riccardo Polizzi Carbonelli, Marina Giulia Cavalli, alcuni tra gli storici protagonisti della serie ideata nel 1996 da Giovanni Minoli, sono stati in questa occasione celebrati per l'impatto economico e sociologico che ha reso questa produzione il fiore all'occhiello di una città ansiosa di liberarsi dagli stereotipi negativi che l'hanno accompagnata per secoli.

Promosso e realizzato dalla Fondazione Mezzogiorno, in collaborazione con Unione Industriali Napoli, Kyma (in greco «onda») vuole essere uno spazio confronto per cavalcare i flutti della città che si apre al mondo, anche attraverso l'audiovisivo.

«Il capoluogo campano è un crocevia del Mediterraneo per cultura, impresa e diplomazia -

ha spiegato il prefetto di Napoli Michele di Bari, presidente del Comitato Neapolis 2500 -. Il nostro comitato opererà anche nel 2027 con nuove iniziative che s'incontreranno pure con l'America's Cup».

Il presidente della Fondazione Mezzogiorno, **Antonio D'Amato**, ha sottolineato il ruolo di Kyma, «piattaforma che non è solo vetrina, ma incrocio di esperienze di cui vogliamo essere protagonisti per dare un'immagine diversa di Napoli». Quell'immagine che il successo di «Un posto al sole» ha contribuito a cambiare. Lo ha confermato Vittorio Genna, presidente dell'Unione Industriale di Napoli: «La nostra industria non è solo manifattura ma l'audiovisivo sta assumendo sempre più importanza. Che Napoli diventi centro dell'audiovisivo per quei giovani che oggi inseguono altrove i loro sogni».

Le novità introdotte dalla trentennale serie tv incisero anche sull'organizzazione del lavoro, come ha ricordato Francesco Pinto, già direttore del Centro di Produzione Rai di Napoli. «Facemmo allora coi sindacati un patto per lo sviluppo cambiando i consueti rapporti occupazionali col cast». Ma una chiave del successo risiede proprio nella città diventata protagonista. Per Antonio Parlati, direttore del centro di produzione Rai di Napoli, «hanno contato le tante storie che toccano ogni aspetto del sociale, dalla criminalità alla dispersione scolastica fino alla violenza di genere. I tanti volti di una città complessa».

Marco Molino

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Volti familiari Patrizio Rispo e Marina Tagliaferri, storici interpreti di «Un posto al sole»

