

Direttore Riccardo Cascioli

FATTI PER LA VERITÀ

FAMILY DAY

Scoop a Sky: al Circo Massimo non c'è nessuno

FAMIGLIA

01_02_2016



**Andrea
Zambrano**



Che importa se al Circo Massimo erano in 300mila o in due milioni? Tanto ai telespettatori di Sky che hanno seguito l'evento in Tv sono sembrati anche meno. Quanti? Appena appena il numero dei relatori che si sono alternati a parlare. Le telecamere di Sky? La diretta? Il canale dedicato su Sky Eventi al 504? Tutto vero. Peccato che per l'occasione del Family Day, la corazzata targata Murdoch abbia, diciamo così,

risparmiato sul budget.

Nessuna regia, nessun inviato a commentare, intervistare. Solo una telecamera fissa, che inquadrava giusto giusto il microfono dove Costanza Miriano, Massimo Gandolfini, Gianfranco Amato, Simone Pillon, Mario Adinolfi e tutti gli altri hanno offerto la loro testimonianza. Una telecamera fissa che inquadrava desolatamente il microfono abbandonato quando l'evento si spostava sul maxishermo. E soprattutto: zero gente.

Per Sky al Family Day non c'era nessuno perché l'operatore non ha avuto neanche l'ardire di voltarsi indietro e provare a riprendere la marea umana di gente, della quale arrivavano voci e applausi, ma come in un telefilm anni '80 con le risate finte. Proprio un bel servizio pubblico da parte di un emittente privata che si distingue per altri eventi per grande professionalità ed equidistanza. Ma in questo caso si vede che l'equidistanza ha ceduto il passo alla faziosità. Perché i tanti telespettatori paganti, tra i quali il sottoscritto, che sabato non potevano essere a Roma, hanno potuto partecipare a metà al Family Day perché non hanno potuto sentirsi parte di un popolo vivo e vero che aveva fatto sacrifici per essere al Circo Massimo.

Il telespettatore di Sky del Family Day è stato beffato: tante parole, ma immagini zero, perché forse sono le immagini che disturbano il padrone del vapore. A proposito di immagini. A un certo punto Gandolfini annuncia un video sull'utero in affitto. L'inquadratura si ritrova così un microfono in primo piano senza nessuno, uno spazio inoccupato mentre l'audio faceva arrivare gli echi del documentario sull'atroce industria della maternità surrogata. Dalla regia di Milano qualcuno deve essersi accorto del pericoloso e sedizioso tentativo di attaccare un business faraonico ed è partita subito la pubblicità che ha occupato lo spazio di almeno 3 minuti. Giusto il tempo di far terminare il documentario.

Complimenti davvero per la professionalità e l'equidistanza. Chicca finale: sull'app di skygo, il servizio che permette di vedere i principali canali Sky direttamente sullo smartphone, nell'elenco dei canali disponibili, subito dopo quello del Family day, compariva il 407 di Sky History. Argomento? La Chiesa e il sesso. Non osiamo immaginare il contenuto, ma chissà perché ci sembra che sia un film già visto