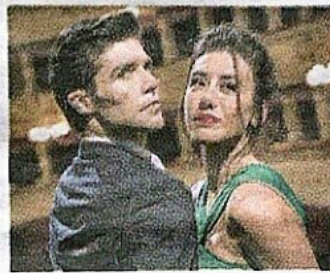


Lo show

Dalla tv ai social tutti pazzi per Roberto Bolle

ANTONIO DIPOLLINA

Se esistesse, e qualcuno lo chiede ancora, sarebbe saltato in aria: ed è l'indice di gradimento per il *Danza con me* di Roberto Bolle su Rai1, prima serata dell'anno per propiziarselo davvero, l'anno in questione. A seguire gli ascolti - quasi cinque milioni, il 21 per cento di share, superiore al primo esperimento di oltre un anno fa, numeri che fanno passare ogni paura (cui andrebbero aggiunti i numeri dei due concerti di Capodanno trasmessi dalla Rai diretti da Muti e Chung). E a scendere, visto che è diventato delittuoso negarselo, anche il trionfo social a furia di commenti e tastieranti in estasi non appena compariva il divo danzante - bello come il sole anche e soprattutto in certe timidezze da telecamera fin troppo palpabili. Ma anche gli altri, niente male: Marco D'Amore, per esempio, che ha giocato a *Gomorra* solo un po' e poi ha fatto vedere quante altre cose vorrebbe e potrebbe fare (e si giustifica un po' così la fine dell'Immortale nella serie). E ospiti da gran richiamo come



Roberto Bolle e Virginia Raffaele

Sting (il supporto in canzone alla narrazione bella, struggente, vera del ballerino siriano), oppure quelli convocati per fare lo show più ibrido possibile tra classico e pop e modernismo - il corpo di Bolle mappato in 3D o qualcosa del genere. O Virginia Raffaele che ingaggia con il divo uno scherzo travolgente e pazienza se in pochi sanno che si trattava della parodia di un celebre spot mondiale firmato da Spike Jonze. Anzi, meglio così, secondo una lezione che viene da lontano: si va in prima serata sulla rete ammiraglia, si punta sul totem che cattura comunque il pubblico e tutto intorno si cerca di non essere

noiosi, di sorprendere anche un po', di mescolare i famosi alti e bassi (sono tantissimi) e fare bella figura e non ledere mai la fiducia dello spettatore. Risultato centrato in uno show nemmeno lunghissimo (quindi bene) e in cui la sorpresa derivava proprio dal fatto che funzionava pressoché tutto, tutto era di livello o comunque riusciva per come la squadra di creativi e autori e produttori l'aveva pensato - e provato e riprovato, va da sé. Certo, ci vuole Bolle, almeno, ci vuole un gruppo compatto (anche troppo: e c'è chi scopre con alcuni decenni di ritardo che la Rai affida per intero a gruppi esterni collaudati la produzione. E i gruppi a quel punto, dovendone rispondere, fanno quello che credono). Il vero risultato? Tutta quella gente, tra social e commenti che rimbalzavano ovunque, che sentiva la soddisfazione per due ore di tv come si deve. Come dire, lavorata: e decideva che nei miracoli si poteva continuare a credere ancora per un po'.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

@larepublica