

Il telefilm cult arriva su Raitre

Notizie senza compromessi nella redazione di «Newsroom»

FRANCESCA D'ANGELO

Il pubblico, sentitamente, ringrazia: finalmente debutta anche in Italia *Newsroom*, la serie cult che sta appassionando (e dividendo) l'America. La data è già fissata: il 17 ottobre, in prima serata. Il canale, anche. E qui viene il bello: a bruciare sul tempo i canali pay è stata Raitre.

Una rete i cui trascorsi telefilmici in prima serata iniziano (e probabilmente finiscono) con *Medium*. «Lo so, è un rischio in termini di ascolti ma fintanto che non abbiamo il coraggio di proporre serie di questo calibro, la tv generalista rimarrà indietro», ammette il direttore di Raitre Andrea Vianello. In realtà, è un rischio che vale decisamente la pena correre, almeno per due motivi. Il primo è, indubbiamente, l'altissima qualità di *Newsroom*: am-

bientata nella redazione di un fittizio network, la serie segue il lavoro del giornalista Will McAvoy (Jeff Daniels) e del suo stuolo di don Chisciotte (come essi stessi si definiscono) decisi a raccontare le notizie senza compromessi.

Ma a rendere la serie attuale - e di attualità - è soprattutto la scelta di ispirare tutti i casi di puntata a eventi realmente accaduti, in un gioco di specchi tra le informazioni fornite dalla stampa e la ricostruzione di *Newsroom*.

Straordinari i dialoghi. D'altronde l'autore è lo stesso Aaron Sorkin di *West Wing* e del film *Social Network*, e lo stile è quello, senza remore, di *Hbo*. «Tuttavia l'obiettivo della serie non è quello di reinterpretare i fatti e indicare come andavano comunicati», precisa il coprotagonista Thomas Sadoski, il «Don» in *Newsroom*, ospite del Roma-



POLITICALLY (IN)CORRECT

I protagonisti della serie «Newsroom», in onda su RaiTre dal prossimo 17 ottobre [Ufficio stampa]

co a interrogarsi. Personalmente non abdicherò mai a forme di intrattenimento più «sicure», per un quieto vivere». Da qui, dunque, il comprensibile interesse di Raitre: *Newsroom* trasuda d'attualità più di un qualsiasi talk show. E mena colpi a destra (soprattutto) e a manca.

Il primo, forse il più duro, colpisce la stessa America: la serie si apre con un lungo monologo di McAvoy sulla decadenza dell'America. Su un patriottismo che non ha più ragione di essere tale. «Questa scena rappresenta il punto di rottura tra la realtà e l'amore per la patria che ci hanno insegnato fin da piccoli: una crisi che ogni generazione attraversa», commenta Sadoski.

Newsroom è, insomma, una serie che non fa sconti. Ma ascolti. E sarà così, presumibilmente, anche in Italia.

Fictionfest. «Con *Newsroom*, semmai, Sorkin ha voluto esprimere tutta la sua ammirazione per un mestiere sempre più importante: la sua è una lettera d'amore al mondo dell'informazione». Eppure è proprio questo di cui viene accusata, oltreoceano, la serie: di fare propaganda di sinistra.

Nel mirino, per esempio, la defini-

zione di «alebani americani» per gli appartenenti al movimento politico Tea party. «Sinceramente trovo ridicolo che ad accusarci di propaganda siano soggetti come FoxNews», replica a *Libero* Sadoski. «La serie non fornisce delle risposte ma si limita a sollevare delle domande. E questo è, in fondo, lo scopo di noi attori: spingere il pubbli-