
Veline

Autore: Gianni Bianco

Fonte: Città Nuova

Accendete la tv intorno alle 21. Sintonizzatevi su Canale 5. Guardate quel che va in onda e poi chiedetevi: perché è quello il programma più visto del momento, perché almeno altri otto milioni di italiani stanno guardando con voi quel modesto spettacolino da sagra estiva di paese? Qualcuno dirà: perché è divertente, altri risponderanno che fa tanto villaggio vacanze e poi magari ci sarà chi si appellerà all'abitudine. Parliamo di Veline, la selezione del personale più seguita d'Italia, il concorso pubblico per il posto di lavoro (si fa per dire) più ambito del momento: danzare per una stagione tv sulla scrivania del tg satirico di Mediaset e così facendo entrare di prepotenza nel mondo fatato dei vip, quello delle love story con i calciatori, dei calendari con gli scatti artistici e delle copertine patinate. Sulla scelta della nuova velina, Canale 5 ha costruito ancora una volta una striscia che andrà in onda tutta l'estate. Un casting come tanti altri, che però in questa versione tv diventa quasi un evento di primaria importanza, una decisione (la scelta delle nuove ballerine del Gabibbo), da seguire passo dopo passo, neanche si trattasse di una vicenda dalla quale dipendano i destini della nazione. Come in un Miss Italia dilatato per tre mesi, tutte le sere un gruppo di ragazze si presenta ai telespettatori, viene introdotto e preso in giro da Ezio Greggio, racconta qualcosa di sé, poi si esibisce nell'ormai mitico stacchetto. Una vince e passa alla selezione successiva. Per tentare la sorte non serve aver studiato, anche se non mancano le laureate. Non è un concorso al quale si partecipa presentando titoli ed esami. L'unico requisito sono le misure corporee in linea con gli standard della moda, gli abiti millimetrici, la capacità più o meno naturale di bucare il video e poi pochi secondi di ancheggiamenti, qualche smorfia ammiccante e una manciata di pose sexy. Tutto qui, sempre uguale. Una sfilata di corpi, condita da sconcertanti dichiarazioni delle candidate, che non fanno altro che riproporre un vecchio stereotipo: quello delle donne oggetto, messe in vetrina spesso nella versione molto fisico e poco cervello. Il creatore di Striscia la notizia, Antonio Ricci, cerca di salvare il suo curriculum da guru della tv, da puntuale fustigatore dei costumi, dando l'idea di una competizione scanzonata tutta giocata sull'ironia, una cosa da non prendersi troppo sul serio. Per riabilitare la funzione sociale del programma, Greggio aveva addirittura auspicato che a vincere fosse una velina rom, supremo simbolo di una raggiunta integrazione. Ci resta il sospetto che si tratti comunque di stratagemmi per fare ascolti salvandosi la coscienza. Perché alla fine, l'esibizione delle bellezze al bagno sembra l'unico vero motivo di successo della trasmissione.