

Prende il via mercoledì la grande kermesse del Festival che compie quarant'anni. Quattro megaserate ad uso televisivo nel faraonico allestimento del Palafiori

Toma l'orchestra, tornano gli stranieri ma intanto, tra polemiche, accuse, defezioni e vittorie annunciate, il mercato del disco batte la fiacca



# Sanremo tra canzoni e cambiali



Ma come è brutta quest'Italia allo specchio

MARIA NOVELLA OPPO

■ A immagine e somiglianza del creato, anche il Festival di Sanremo è voluto e realizzato da una Santissima Trinità, composta da Comune, discografici e Rai. Ma è solo la Rai, ormai che «consustanzia» la manifestazione facendo il bello e il cattivo tempo ai propri insindacabili fini di *audience*. Infatti è la Rai che caccia i soldi, con la complice solidarietà degli sponsor i quali, restando dentro la metafora mistica, pagano le indulgenze plenarie che consentono ai loro prodotti di guadagnarsi il paradiso dei fatturati.

È il pubblico? Il pubblico sta al gioco su questo non c'è dubbio alcuno. Per esempio l'anno scorso, nonostante i collaudati anatemi dei critici, le scandalose gaffes dei presentatori figli di papà (e di mamme sconsiderate) e il livello bassissimo della competizione, gli ascolti televisivi sono stati inappellabilmente esagerati, tanto da confermare la scelta del peggio anche per il futuro. E infatti malgrado le timide autentiche espresse come in confessione dai realizzatori cattolicissimi di Raiuno il festival del 40°, questo che va verso il Duemila, si annuncia ancora più trionfo di quello dell'anno scorso. Anche se, per fortuna, si sono almeno ristrette le serate tv (si comincia di mercoledì anziché di martedì). Il patron Aragozzini ha deciso di fare le cose in grande per via della scadenza celebrativa e ha perfino scritto un libro (oddi un elenco di titoli e date) per solennizzare la circostanza.

Poi si è voluta spostare la gara dal teatro Ariston al Palafiori 6 km da Sanremo tanto per dimostrare alla città in maniera ancora più chiara di quanto già non fosse, che il Festival non le appartiene più che di nome. E, nel nuovo spazio appena costruito si intende gigantesco a più non posso con strutture Rai elefantiche che potranno così usufruire del più grande studio televisivo mai visto. Mentre una circosante e soprastante sala stampa incorporata lavorerà a vista a far crescere su se stessa la bagarre già così ben orchestrata. Il tutto s'intende, in un clima di furente contenziosità poiché siamo in democrazia e ad ognuno tocca il suo compito alla critica critica alla Rai esagerata, ai discografici lamentare il ridimensionamento subito, decretato del resto dal mercato.

Una notazione curiosa sulla cosiddetta *hermes* potrebbe essere questa: in tanto infuocato di privatizzazioni e svendite di patrimonio pubblico qui gli industriali «privati» ci fanno addirittura la figura degli ultimi. E anche se questo può dar un brivido di soddisfazione forse non è neppure giusto.

■ Grazie dei fiori. E anche *Nel blu, Quando quando*. Che sarà la quarantesima edizione del Festival della canzone di Sanremo la prima e forse l'unica ad Arma di Taggia, comincerà così con la banda ad eseguire canzoni dei tempi d'oro anni in cui il festival rappresentava nel bene e nel male una buona fetta del costume italiano. Erano i tempi in cui *Volare* vendeva milioni di copie, si trepidava fino all'ultimo per conoscere il vincitore aleggiava intorno ai palchi fioriti del Casinò e del teatro Ariston quel cocktail *démodé* di passioni e suggestioni che oggi chiameremmo *suspense*.

Archeologia. Se fossero o meno belle stagioni è questione scivolosa. La nostalgia è una brutta bestia che complica il gioco del ricordo e chissà che chi rimpiange oggi i «bei tempi» e le «belle canzoni» di una volta non confonda note e parole col ricordo dei propri vent'anni. Quanto a nostalgia, del resto, il gioco funziona alla grande tra l'insostituibile Mike Bongiorno e l'inedita coppia Arbore-Banfi, tra le schegge di Raitre e le iniziative editoriali discografiche che fioriscono a iosa, da un paio di mesi è tutto un colorato «aspettando il Sanremo», a conferma del fatto che quando un fenomeno «tira» dal punto di vista televisivo si trova ad avere più imitazioni della Settimana enigmistica. D'accordo la canzone è il luogo principe dell'emotività persino Proust ammoniva di «non disprezzare la cattiva musica» se questa si accompagna a ricordi o sensazioni del passato. Eppure.

Si, un'epopea ci vuole, a questo punto, un dubbio, un incongruenza tutt'altro che sottile. Chi ricorda ad esempio, almeno tre titoli dell'edizione dello scorso anno così, su due piedi? Difficile vero? Quasi impossibile. Segnale forte del fatto che un evento come quello sanremese soffre soprattutto di una cosa: della perdita del suo monopolio sulla canzone cantata sotto l'occhio delle telecamere. E si giustificano gli ascolti televisivi (clamorosi), con quell'ana di *kermesse* di evento, di istituzione nazionale popolare che, a dispetto dei tempi (o forse in sintonia con essi), il festival mantiene. Nelle trasmissioni televisive, negli speciali, nei programmi in studio, nei varietà eternamente moribondi la canzone non ha più valore di consumo culturale (o ludico o spettacolare).

Ultimi anni il prodotto straniero ha superato la soglia del 50 per cento del totale delle vendite e la ripartizione così come la riporta *Musica e Dischi*, rivista specializzata del settore, parla chiaro: 177,2 miliardi incassati dal pop italiano (pari al 39,1 per cento), 45,8 miliardi andati alla classica (è il 10,1 per cento) e 229,7 miliardi di fatturato per il pop internazionale (il 50,8 per cento del totale).

In anni di ripresa netta, la quota di mercato della musica italiana si riduce progressivamente (nell'89 ha perso circa cinque punti percentuali sull'anno precedente). C'è di peggio tra compilation di dischi, 45 giri (ormai supporto destinato quasi unicamente alla promozione) le vendite dei prodotti presentati l'anno scorso a Sanremo hanno incassato sul fatturato globale del 1989 per appena l'1 per cento. Come dire nulla a fronte del gigantesco investimento pubblicitario e a dispetto di passaggi televisivi da record.

ma l'unica giustificazione della promozione. Tra passerelle, vetrine, interviste concordate (e banalissime), playback selvaggio, la canzone in tv è una cenerentola bistrattata che a Sanremo con quella ridicola parvenza di competizione, recupera per qualche istante un fascino antico.

Ma è finzione non a caso sono anni che i discografici masticano amaro convinti ormai che il festival non sia più, per il prodotto italiano, quel grande affare che si credeva, ma timorosi al tempo stesso di non comparire. E

stupisce che il malessere dell'industria del disco cresca con il crescere degli ascolti televisivi e con le recenti fortune del mercato della musica incisa. I conti della discografia italiana infatti vanno un po' meglio, dal 1987 la grande crisi è uno spettro lontano il fatturato 1989 ha raggiunto i 452,7 miliardi per un totale (tra singoli lp mix compact disc cassette e via elencando) di 55 milioni di pezzi venduti (cioè consegnati ai rivenditori). Un buon exploit, che segna un incremento di quasi 11 punti percentuali sul risultato dello scorso anno. Ma cosa si vende? Per la prima volta negli

Archiviato il non certo esaltante «Sanremo international», mercoledì si parte davvero il festival del quarantennale (faraonico come non mai), quello del Palafiori, del ritorno dell'orchestra e della Caselli e l'ultimo (forse) organizzato da Adriano Aragozzini, invaderà le case di milioni di italiani e le pagine

dei giornali per tutta la settimana. La celebrazione del rito si ripeterà uguale a se stessa con polemiche e defezioni, con vincitori annunciati e clamorose esclusioni, con i bilanci gonfiati, i debiti, i mugugni dei discografici e le estenuanti dirette televisive. Ma le canzoni chi le starà a sentire?

In più ed è un aggravante, quest'anno ricompare l'orchestra. Un doveroso ritorno alle origini per qualcuno ma anche un ostacolo in più per il mercato. Per la prima volta dopo anni le canzoni che si sentiranno in tivù nelle quattro serate sanremesi non saranno identiche a quelle distribuite nei negozi. Il rischio dell'appiattimento - stilistico e strumentale - è evidente e anche il grande fattore che giustifica il festival (dal punto di vista dell'industria discografica) vale a dire l'esposizione di fronte al grande pubblico rischia di venire meno.

Quel che deve far pensare comunque è che la progressiva erosione delle quote di fatturato del prodotto italiano corrisponde a una sempre maggior concentrazione dell'industria discografica. Gli anni appena trascorsi sono stati quelli dell'attacco alla diligenza della discografia italiana. È caduta la Cgd del signor Sugar comprata dagli americani della Warner Brothers è caduta l'indipendenza della piccola Ddd che ha visto entrare al 50 per cento nel pacchetto azionario il colosso tedesco Bmg. Come dire che a rappresentare la discografia italiana rimane insieme a un pugno di piccole e piccolissime etichette la sola Ricordi. Non va dimenticato anche che nei programmi dei grandi gruppi concentratori c'è un salto alla discografia italiana veniva giustificato con la disponibilità (economica tecnologica pubblicitaria) a rafforzare il prodotto italiano magari facendogli varcare quei confini che in pochi casi fino ad oggi è riuscito ad attraversare.

La quarantesima edizione del Festival di Sanremo allora suona come lo sberleffo che suggella la beffa gli stranieri approfittando della comparsa per promuovere i dischi (propri) in uscita e i concerti (propri) in programma. Pochi incideranno le canzoni italiane che si apprestano a cantare nessuno si curerà della tradizione canora che va a interpretare il loro è un mercato mondiale di cui l'Italia rappresenta un appendice fortemente minoritaria. Quanto ai campioni di casa nostra i più compaiono con l'obiettivo primario di procurarsi serate estive contrattate di piccolo cabotaggio promesse di ulteriori passaggi televisivi. Come dire che il festival - e in questo si è prezioso - rispecchia esattamente la situazione economica dell'industria discografica italiana: espone ricchezza e vanta successi. E intanto firma cambiali.



ROBERTO GIALLO

Lo «storico» satellite di Modugno ai tempi di «Volare». Sopra il titolo la scenografia allestita al Palafiori

Arriva il Festival e «sparisce» il cimitero

■ SANREMO. Tutto esaurito nonostante i prezzi, negli alberghi della città ligure e su tutta la costa fino a Ventimiglia e oltre. Gli albergatori compresi quelli della Costa Azzurra e del Principato di Monaco hanno fatto a gara nell'offrire soggiorni e biglietti «tutto compreso» per le quattro serate. Al lavoro giorno e notte intanto attorno al Palafiori in Valle Armea si asfaltano strade si portano via detriti e immondizie si piantano alberi. Tra le vittime di questa operazione «pulizia» anche il cartello segnaletico che indicava l'accesso al cimitero. Per onorare i defunti insomma si dovrà attendere la fine del festival. Mentre in contemporanea con la gara canora ufficiale si svolgerà la rassegna *Sanremo Libertà* che ospiterà artisti provenienti dai paesi dell'Est (la tv la manderà in onda registrata su Raiuno il 9 e 16 marzo prossimo). Intanto un'altra iniziativa collaterale ha preso il via: l'altro ieri nelle sale del Casinò municipale. Si tratta di una mostra dedicata ai primi quarant'anni del Festival di Sanremo. Pannelli fotografici vecchi spartiti, raccolte di dischi e juke box datate antiquariano illustrano quattro decenni di storia della musica leggera italiana. Molto del materiale esposto proviene dal museo che Eno Tropicci ha allestito su alcuni vecchi vagoni (trovati a Vallecrosia nei pressi di Sanremo).

## «E io dico, lasciateci cantare la nostalgia»

GIANNI BORONA

Tempo fa in occasione della ristampa dei «Dischi del Sole» si accese una discussione sul perché gli italiani non cantano più. Mi venne subito in mente quello che accadeva una volta all'indomani del Festival di Sanremo non c'era chi - facendosi la barba davanti allo specchio - governando la casa o sfrecciando in bicicletta per la strada - non ripetesse ad alta voce i motivi ascoltati la sera prima. Si forse allora le canzoni erano più orecchiabili e c'era ancora più gioia di vivere. Ma soprattutto la nostra vita allora non era dominata dal rumore, come purtroppo accade oggi.

Oggi viviamo in un acquario sonoro non solo perché la musica ci arriva da tutte le parti ma anche perché il chiasso è una costante della nostra esi-

stenza. Provatevi ad affacciarsi alla finestra e ad accennare un motivo. La voce vi morirà subito in gola sopraffatta dal clacson delle automobili e dal generale frastuono.

Però anche se cantiamo di meno il peso che le canzoni hanno nella nostra vita non è affatto diminuito. Se il loro posto nella storia dell'arte è dubbio è però immenso in quella dei sentimenti. Lo scrisse una volta Proust, lo ha confermato Pasolini. I ha fatto dire Truffaut ai personaggi dei suoi film. E allora deve essere vero.

Oggi del resto, tutti i più avvertiti studiosi della cultura di massa sottolineano che la *Trialliteratur* non forma un genere a sé stante ma è piuttosto un assieme di elementi che possono entrare in ogni genere artistico. Risulta quindi impossibile delimitare a priori un

campo della «paraliteratura». Diviene viceversa indispensabile una analisi e formale e di contenuto prima di far rientrare un testo o anche solo una parte di esso nella categoria della *Trialliteratur*. Bisogna perciò riuscire a cogliere e ad analizzare non solo la distinzione ma anche la confusione tra «popolare» e «artistico» tra Kerouac e Vasco Rossi per dirla scherzosamente, a costo di attirarsi i lazzi di Roberto D'Agostino. E cioè non solo la loro opposizione è concorrenza ma anche la loro complessa unità è complementarietà.

Questo spiega perché sia arbitraria la pretesa di chi ancora oggi vorrebbe erigere uno steccato tra poesia e canzone. Intendiamo, che siano cose completamente diverse è in dubbio. Ma non in base ad

astratti e precostituiti criteri di valore ma perché adoperano linguaggi estremamente differenti. Non fosse altro che per una ragione: mentre la poesia ha come «materia dell'espressione» le parole soltanto la canzone usa parole e musica.

Resta incontrovertibile il fatto che la canzone risponde a un bisogno di poesia. Il ri come oggi Umberto Eco ha ricordato una volta che una canzone prende rilievo dalle circostanze in cui nasce e in cui magari per caso va a cadere. *Rosamunda* ad esempio era un brano abbastanza sciocco ma diventò l'inno delle truppe di liberazione nell'ultimo conflitto mentre per i serciti tedeschi e non solo per quello *Lili Marlene* che raccontava le vicende di una signorina non troppo morigerata.

diventò il simbolo puro e sconcolato della nostalgia della disperazione di una Instezza tutto sommato assai nobile.

E poi le canzoni fanno degli strani matrimoni con le varie occasioni sentimentali della nostra vita. Anche un grande poeta può fremere di fronte a parole scadenti come «amore mio non li vedrò mai più» solo che gli accada di sentirle nel momento in cui piange e sul serio un amore finito. Ed è forse vero che tutto quello che è troppo stupido per essere detto può invece essere cantato. La poesia il romanzo non hanno la forza di esprimere la nostra sentimentalità dispiegata che è liquida e palpabile come quella degli adolescenti. La musica sì.

Le canzoni non sono gli stampi che noi riempiamo con

le nostre passioni sono gli stampi che imprimono a lungo andare la forma alle nostre passioni. Chi consuma musica leggera assume più o meno consapevolmente tutto un modo di concepire le vicende sentimentali.

Crede che in tutto ciò risieda anche quel particolare potere che le canzoni hanno di restituire immediatamente il profumo di un'epoca. Baviano per che note di *Volà colomba* per tornare a respirare il clima dell'Italia del dopoguerra. Basta riascoltare anche solo un attimo il refrain di *Volare* per riprovare di colpo l'euforia degli anni del «boom». Oggi le canzoni non hanno più forse lo stesso impatto emotivo la stessa incidenza. Ma comincio a chiedermi se anche questo sia vero e se non sia la lente delirante della memoria a travocarlo e rendere più accettabili

le quelle più lontane nel tempo.

È un fatto che per tornare a Sanremo tutti gli anni finiamo per decretare che erano molto più belle quelle dell'anno precedente. Spesso indiamo la nostalgia quasi fosse un sentimento di cui vergognarsi. Ma basta riandare al significato etimologico della parola (dal greco *nóstos* che vuol dire ritorno e *alghè* che vuol dire dolore) per capire che quell'acqua di sidro di rivivere un episodio o un momento della vita che la parola sottende è qualcosa di profondamente umano. La vita è un flash e il tempo che ci è dato di vivere è immediatamente breve.

Ecco perché le canzoni anche quelle più brutte facendoci tornare indietro nel tempo riescono a toccare le nostre fibre più intime. Comunque i dieci spesso fino alle lacrime.