Tutti bravi, tutti soddisfatti: a Sanremo, il giorno dopo, cantanti, Rai e organizzatori si scambiano complimenti

SANREMO 40

Anche quest'anno il Festival ce l'ha fatta, ma sul suo futuro nessuno è pronto a scommettere E la buona musica resta lontana

Vincitori, vinti & riabilitati

Riassunto delle puntate precedenti. Primi i Pooh, secondo Cutugno, terzi Minghi e Mietta. Il premio della critica va a Mia Martini, con Toto ancora secondo e Salvi terzo incomodo. Così si chiude la più gigantesca edizione che il festival di Sanremo ricordi, in un subisso di ringraziamenti, commozioni, tributi, strette di mano, baci e riconoscimenti. Tutto benissimo, insomma, ma cosa ci si attende in futuro?

ROBERTO GIALLO

SANREMO. Sono passate le due di notte quando in una sala stampa dove gli occhi gonfi sono la regola entrano i vincitori. I quattro Pooh seguono di qualche secondo appena Toto Cutugno, mentre Minghi e Mietta si accomodano lontani, dietro il tavolone che per giorni ha ospitato i gustosi monologhi di Aragozzini. Parla prima il secondo. Eterno, si dice in questi casi, ma Toto non se la prende. Anzi, conferma: «Voi mi conoscete come un rompiballe (testuale, ndr), ma la tivù mi ha cambiato e allora vi dico che sono felicissimo di quanto è avvenuto. Perché stimo molto i Pooh, perché ho avuto modo di cantare con quel genio che è Ray Charles e perché il secondo posto nel premio della critica è la mia vera vittoria». Insomma, è il festival delle riabilitazioni: diventa bravo Aragozzini, diventa bravo Cutugno: è il mondo alla rovescia, almeno al contrario di quel che sembrava prima di cominciare.

Quanto ai Pooh, anche loro non possono che dispensare bei bensierini. «Splendido, straordinario», dice Red Canzian. E continua Dodi Battaglia: «Il fatto che tutti ci dessero per vincenti ci ha preoccupato, ma tutto è andato bene». Baci affettuosi tra i quattro e Dee Dee Bridgewaters (bellissima), con Minghi e Mietta che, anche loro, si accodano nella giaculatoria degli attestati di stima.

Polemiche? Macché, sembra che qui al Palafiori si sia celebrata la giornata della bontà e loro, gli artisti, tengono a sottolineare che il solito polverone (pagine e pagine) lo abbiamo alzato noi giornalisti. Dicono che è il nostro mestiere, e davvero non è il caso di dissentire vista l'aria di concordia che tira.

Anche il premio della critica, quest'anno più improvvisato del solito, non ha riservato sorprese. Mia Martini ha vinto sull'onda di una stima ormai unanime, per quanto la sua canzone (a quella e non all'interprete dovrebbe andare il premio (non fosse all'altezza di altre del suo repertorio. Secondo Cutugno, si è detto che deve in cuor suo ringraziare Ray Charles, uno che trasforma in belle canzoni anche le istruzioni dell'aspirina. Quanto a Salvi, è la solita verve dadaista dell'ala creativa della critica, e peccato che sia sfumata l'ipotesi Reitano, comunque acclamato con tanto di striscione (Mito Reitano – Fan club sala stampa) dai giornalisti, finiti così pure loro nel calderone della diretta.

Riflessioni? Varie e importanti. La prima, doverosa, sull'esito finale. Troppo annunciato, troppo scontato. I Pooh sono stati i primi a iscriversi, gli unici che si sappia abbiano dettato condizioni precise. Nel contratto non scritto c'era anche la vittoria? Non si saprà mai, ma questo risultato apre al gruppo porte fino a ieri blindate. Il protezionismo discografico del mercato musicale (solo il 5 per cento della musica trasmessa dalle Radio Usa può essere in lingua straniera) verrà aggirato da Dee Dee, e vedremo come andrà a finire. Il discorso su quanto siano rappresentativi i Pooh della musica leggera italiana no, non lo affrontiamo nemmeno. Come per gli ascolti tivù, queste sono questioni in cui non si sa dove finisce il confetto (il mercato) e dove comincia la golia (l'arte). Troppo complicato.

È piuttosto lecito chiedersi che sarà del festival negli anni prossimi venturi. Il kolossal gigantesco del Palafiori costituisce un precedente che non si potrà dimenticare e tutti oggi, Aragozzini in testa, mettono il punto fermo: indietro non si torna. Come dire che ci dovrà essere l'orchestra, il prestigioso corollario di stranieri, il sussulto del prestigio mondiale. Il tutto per ascolti che non hanno superato di molto (centomila più, centomila meno) quelli dell'anno scorso. Il rapporto costi-benefici, dunque, non è troppo in attivo, e ancora una volta bisogna dar credito ad Aragozzini, l'unico ad aver parlato di qualità. Paradosso festivaliero: se si scoprirà che quest'anno il ribollente kolossal della riviera servirà anche a vendere più dischi (e tutto lo fa prevedere) i veri vincitori della manifestazione saranno quelli che meno hanno dato per farla funzionare, vale a dire i rappresentanti dell'Afi, la confindustria del disco che ha fatto prova di incredibile ottusità e che ha dovuto (anche lei) rendere grazie ad Aragozzini, patron vincente.

Si chiude dunque il sipario di una strana edizione del festival dove la suspense non era quella di vinti e vincitori (tutto fastidiosamente scontato), ma dei giochi politici ed economici tra controparti costrette a collaborare. La Rai, che vince, l'organizzazione, che stravince, e l'Afi, che vince anche lei senza meritarselo, ma in fondo va bene così, perché le quote di dischi italiani venduti (anche in Italia) si riducono a vista d'occhio e qualunque cosa riesca e rinvigorire i bilanci sarà ben accetta. La buona musica tanto non abita qui, cosa che si sapeva e che resta vera a dispetto dei venti trionfali che scuotono il ponente lugure.

Miliardi ballerini al suono della lambada

ENRICO MENDUNI

SANREMO. Mondo strano, il Festival di Sanremo. In mezz'ora riesci a sapere esattamente, quarto d'ora per quarto d'ora, il numero preciso degli italiani che hanno rinunziato al sonno per guardare il festival in tv; e naturalmente sai quanti kilowatt, quante lampadine e quanti tubi Innocenti sono stati impegnati. Ma quando si viene a parlare di soldi spesi gli interessi in gioco sono tanti e le cose sono molto più complicate. Il fatto è che i soggetti in gioco sono almeno quattro (Aragozzini, Rai, sponsor, Comune di Sanremo) e ciascuno, quando parla (se parla), parla per sé. Dunque andiamo per ordine collezionando le notizie che sono state messe a disposizione dei cronisti, in più riprese, dai vari organizzatori.

La Rai. Dopo le notizie di stampa sui «vertiginosi costi» di Sanremo, afferma ufficialmente – per bocca del direttore di Raiuno, Fuscagni, e del suo collaboratore Vecchione – che non spenderà più di quattro miliardi, uno in più dell'anno scorso. Ha pagato 1,6 miliardi per la scenografia e ha dato ad Aragozzini il resto, che dovrebbero essere 2,4 miliardi. Naturalmente questa cifra non comprende i cosiddetti «costi complementari» (trasferte di personale interno, mezzi, attrezzature Rai). Speriamo che qualcuno li abbia conteggiati. Noi facciamo un calcolo a spanne, con beneficio di inventario: fra 800 milioni e il miliardo.

Lo sponsor. È la multinazionale Procter & Gamble, quella del Dash, altrimenti celebre per la sponsorizzazione del *Fantastico* di Celentano e conseguenti polemiche per un contratto privato Procter-Celentano, in un primo tempo negato, da aggiungersi a quello tra lo showman e la Rai. Per Sanremo Procter & Gamble ha un contratto stipulato con la Publicitas (controllata Sipra, che è la concessionaria di pubblicità Rai, di proprietà della stessa Rai) che assegna al Comune di Sanremo 4 miliardi circa. Il «circa» è di rigore perché il sindaco Pippione dice «almeno 4,2». Se non di più. E poi, lordi o netti? Come capite, soltanto con il 19% di Iva su cifre simili si può campare alla grande con figli e nipoti. La Procter inoltre (e qui c'è una cautela successiva allo scandalo di *Fantastico*), paga in proprio tutto quanto attiene ai siparietti pubblicitari (mediocri e molto criticati) di Pozzetto.

Il Comune di Sanremo. Gratificato dei quattro miliardi «circa» del Dash, fa come San Martino che divise con la spada il suo mantello. La metà dei quattro va ad Aragozzini, anche se è sempre arduo fare la metà di «circa». Ne restano due. Il Comune, parola di sindaco, spende un miliardo e due di «lavori» (400 solo per l'accelerazione dell'esecuzione del Palafiori, che per contratto doveva essere consegnato a giugno), e 900 milioni se li tiene di guadagno. Andranno, dice il sindaco, in «altre manifestazioni». Rifate i conti insieme a noi: 4 miliardi del Dash, meno 2 dati ad Aragozzini, fa 2. Meno 1,2 di lavori, dovrebbe fare 800 di utile. Invece, fa 900. Ecco spiegato almeno uno dei vari «circa».

Aragozzini. La sua Oai S.r.l. (Organizzazione artistica internazionale) è una società privata (più privata di così) e quindi non è tenuta a dire quanto spende e quanto guadagna. Tuttavia, mettendo due cifre in fila dovrebbe contare almeno sui 2,4 miliardi della Rai e sui 2 del Comune. Con questi deve pensare a tutta la macchina del festival, all'orchestra, all'organizzazione artistica. Non è poco, ma non sono neanche pochi 4,4 miliardi. Tuttavia, ammesso (e non concesso) che i nostri conti siano esatti, ci sono molte altre fonti di utile. Proviamo a dedicare a loro qualche altro capitoletto.

Discografici. Chi ha pagato i cachet dei venti cantanti stranieri (alcuni mostri sacri, altri solo mostri)? Tutta l'operazione è un «testimonial» per accreditare motivetti altrimenti destinati all'immediato oblio. Come Umberto Orsini con il dentifricio, una Miriam Makeba o Dee Dee Bridgewater che legittimano le canzoni sono un affare. Che ha un costo: un Ray Charles (in assoluto il migliore, strepitoso) costa 140 milioni, una scostante La Toya Jackson quasi 100.

I cantanti. Il «testimonial» accredita anche loro. Quanto hanno pagato? Si dice che Cutugno abbia pagato di tasca sua Ray Charles.

Altri sponsor. *Tu sorrisi e canzoni* era presente ovunque a Sanremo; persino sulle poltroncine del Palafiori con ossessivi dépliant. Nonostante che il *Radiocorriere* (suo concorrente, edito dalla Rai) fosse – sul biglietto di ingresso – tra gli sponsor ufficiali. Tutto questo, gratis?

Non so se lo sapremo. Certo, spente le luci, il conto supera largamente i dieci miliardi.

Raiuno da record: venti milioni E Chiambretti sfonda la «rete»

DALLA NOSTRA INVIATA
MARIA NOVELLA OPPO

SANREMO. Ancora numeri dal festival, ma almeno sono gli ultimi. L'esegesi Auditel conclusiva l'ha tentata Carlo Fuscagni, direttore di Raiuno, nel tirare le fila dell'operazione nazional-canora con evidente soddisfazione. L'ultima serata ha fatto registrare 17 milioni 923mila telespettatori di media per la fascia oraria chiamata prime-time (20,30-23). Una punta di ascolto alle 21,35 ha toccato addirittura i 19 milioni 996mila spettatori. Roba da matti. Anche se, a guardare il totale Rai dell'89 la percentuale era stata ancora più massiccia (quest'anno l'81,33%; l'anno scorso l'83,03).

Ma non stiamo a fare le pulci ai numeri, che notoriamente ne sono privi. Casomai facciamole a chi di Sanremo ha i meriti quantitativi ma anche le colpe qualitative.

In un clima di pacificazione anche un po' ridicolo, il patron Aragozzini ha ringraziato i giornalisti «pentiti» che finalmente hanno riconosciuto i suoi meriti (la scelta dell'orchestra dal vivo e quella di far cantare gli stranieri). Fuscagni ha addirittura accolto qualche appunto fatto agli aspetti specificamente televisivi dell'impresa. Pregevole cosa l'autocritica, ma portata così in profondità da capovolgere del tutto la linea della rete, sa anche un po' di opportunismo. Così per esempio Fuscagni ha sostenuto che la sua direzione di marcia per Raiuno è contraria al gigantismo degli allestimenti e a quello degli investimenti sul varietà, così come egli è contrario alla fabbricazione in vitro di episodi clamorosi.

Gli spettacoli leggeri che finiscono in prima pagina: ma siamo matti? Riportiamo le cose nei loro limiti, sostiene il direttore di rete. E in uno spettacolo musicale ricordiamoci che deve esserci soprattutto della buona musica. Quindi il problema non è di aver paura della irriverenza dei comici, ma di puntare ad altro. Magari anche a testi e tecniche di ripresa più moderni. Come si sta tentando di fare con i Mondiali di calcio, anche il varietà deve evolversi. Ma che meraviglia.

Perfino il sindaco di Sanremo? Pippione, arrivato afono sul finale neanche avesse cantato lui, è stato accolto dai giornalisti rimasti per gli ultimi convenevoli con applausi più o meno scherzosi, nel clima di generale euforia per la conclusione della maratona trionfale.

Ma qualche considerazione si deve pur fare sul finale di questa partita conclusa da un bottino così marcato che non sembrerebbe ammettere discussioni.

Il discorso va oltre la musica. La nottata totalitaria della tv ha infatti segnato alcune novità che forse non tutti gli spettatori hanno percepito. Raiuno ha subito contaminazioni, irruzioni, capovolgimenti di senso proprio nella sua serata di maggior gloria. Fuscagni, Maffucci & company hanno perso il pieno controllo della situazione proprio mentre ne erano signori indiscussi avendo eliminato ogni concorrenza. Intanto già il pubblico in sala sfuggiva alla magia (inesistente) del palcoscenico formicolando in continue ed esibizionistiche risse per i posti, reso irrequieto dalla troppo lunga permanenza in uno spazio vasto e freddo adatto alla lunga conservazione dei fiori ma surgelante per gli esseri umani. E perfino la sala stampa cercava il suo spazio in questa Nashville inscenando una gazzarra di sbeffeggiante sostegno per il povero Mino Reitano, che salutava gentile i supposti fans.

Ma la tv è un mostro freddo e nessuna umana indisciplina avrebbe potuto «bucare» il teleschermo per quelli che se ne stavano seduti a casa, se, invece, non fosse stata la tv medesima con i suoi mezzi a contaminarsi, penetrarsi e scomporsi. Il fatto più clamoroso è stato il commando chiambrettiano penetrato dentro il Festival attraverso l'anello più debole della catena (classica azione di guerriglia) costituito da Telecontatto, la società di rilevazione milanese sguarnita di controlli.

Così è stata mantenuta la promessa lanciata da *Prove tecniche* (Raitre) di far cantare Sciampi dal vivo al Festival di Sanremo. Una rete è penetrata nelle difese dell'altra travolgendole. Quasi contemporaneamente su Canale 5 *Striscia la notizia* nella sua edizione notturna annunciava i risultati del Festival già da tempo noti in sala stampa. Tutte azioni destabilizzanti che non hanno insidiato però in alcun modo il risultato di ascolto, primo scopo del grande Barnum canoro allestito a Sanremo per il quarantesimo anno. Segno che il mezzo non può farsi la guerra da se stesso, ma può solo crescere e moltiplicarsi rigenerandosi come un Alien etereo.

Dee Dee Bridgewater che ha cantato in coppia con i Pooh Sopra, i vincitori del Festival e, in alto, Amedeo Minghi e Mietta terzi classificati

Editori Riuniti
RIVISTE

politica ed economia
fondata nel 1957
diretta da E. Peggio (direttore), A. Accornero, S. Andriani, M. Merlini (vicedirettore)
mensile (11 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 50.000 (estero L. 77.000)

riforma della scuola
fondata nel 1955
da D.Bertoni Jovine e L. Lombardo Radice
mensile (10 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 45.000 (estero L. 70.000)

critica marxista
fondata nel 1963
diretta da A. Zanardo
bimestrale (6 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 42.000 (estero L. 65.000)

democrazia e diritto
fondata nel 1960
diretta da P. Barcellona
bimestrale (6 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 45.000 (estero L. 70.000)

reti
pratiche e saperi di donne
fondata nel 1987
diretta da M.L. Boccia
bimestrale (6 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 39.000 (estero L. 57.000)

studi storici
fondata nel 1959
diretta da F. Barbagallo
trimestrale (4 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 42.000 (estero L. 63.000)

nuova rivista internazionale
fondata nel 1958
diretta da B. Bernardini
mensile (11 fascicoli)
abbonamento 1990 L. 55.000 (estero L. 79.000)

Gli studenti possono usufruire dello sconto del 15% sulle tariffe in vigore. Inviare le richieste direttamente all'editore indicando l'Istituto scolastico o la Facoltà e il numero di matricola.

In omaggio a chi si abbona un volume scelto dal catalogo delle Edizioni Studio Tesi.

Le quote di abbonamento possono essere versate sul ccp n. 502013, con vaglia postale o assegno bancario non trasferibile intestati a Editori Riuniti Riviste, via Serchio 9/11, 00198 Roma. Per i rinnovi si presa di utilizzare il ccp prestampato inviato dall'editore.