

LITALIA DI SANREMO E QUELLA DI RENZI

Sarebbe bello se Umberto Eco ci regalasse una Fenomenologia di Carlo Conti (o di Sanremo?), come quella dedicata a Mike Bongiorno agli esordi della tv di massa. Sì, certo, i meccanismi del consenso (audience) sono più o meno sempre gli stessi, ma da Lascia o raddoppia sono passati sessantanni, venti dei quali invasi dallo strapotere televisivo di Silvio Berlusconi, e hanno impazzato grandi fratelli e isole dei famosi mentre internet e decoder facevano nascere quello spettatore in frantumi così bene individuato da **Edmondo Berselli**. E però il Festival, in barba a tutti gli X factor, è sempre lì, con i suoi fiori e le sue canzoni, il premio del sindaco e le scenografie sontuose, il maestro con orchestra e i buuu del pubblico. Ogni volta, con i suoi milioni di spettatori. Da cinquantanni, anzi da sessantacinque. E ogni volta qualcuno si chiede il perché.

Ora, qui non si intende certo entrare nel merito (per competenza lascio la parola a Riccardo Bocca), ma limitarsi a chiedere, sia perdonato il bisticcio, perché mai si continui a inseguire quel perché, e a versare fiumi di inchiostro per lesegese di un fenomeno che in fondo è uguale a se stesso da sempre. Stavolta, poi, il panorama dei commenti è stato variegato assai. Un critico di vaglia come Aldo Grasso ha confessato con encomiabile sincerità di non aver capito niente: dava Sanremo per spacciato, e invece Sanremo è più vivo che mai. Altri hanno ammesso di non sapersi spiegare il successo; altri ancora sostenuto che non c'è niente da capire, perché Sanremo è Sanremo e alla fine sono solo canzonette. E infatti canzonette e cantanti sarebbero stati benissimo in tante altre edizioni.

C'è pure chi l'ha buttata in politica, sport nazionale diffuso quanto suonare e cantare. Così si è argomentato sul Paese che, stremato dalla crisi, chiede serenità e distrazione (Walter Veltroni); sull'Italia della conservazione e sull'Italia di Matteo Renzi che, in una lunga intervista al Tg1 in onda prima della finalissima, dopo aver parlato di riforme, legge elettorale e solitudine del capo in costanza di Aventino, si era affrettato a dichiararsi fan di Sanremo. Con ciò dando più di una carta a chi ha spericolatamente sostenuto (Il Foglio) che stavolta è andato in scena il festival del Nazareno, visto il miracolo di tenere insieme anime e pubblici diversi: il traslato è facile, la metafora pure; e consentendo a Giorgio Panariello di ricordare in diretta che il figlio di Carlo Conti si chiama Matteo: come a dire, eccolo qua il prototipo del renzismo imperante.

Ma non è tutto. Ci sarebbe da aggiungere che nella comunicazione, come in politica che di comunicazione vive, i messaggi vanno spesso al di là delle intenzioni. E dunque si registra con curiosità che sul palco siano apparsi Platinette che non faceva Platinette, due vallette che non erano vallette e nuovi cantanti senza canzoni nuove. Forse è colpo di genio, o gesto distinto, ma di fatto nasce dall'aria che si respira: lasciare le innovazioni a chi le sa fare davvero e scrollarsi di dosso vaghe irruzioni nuoviste. Insomma, perché cambiare se la barca va, proprio come quella di Orietta Berti?

O magari è resa. Sanremo conferma infatti che i tentativi di capire davvero il Paese, indagarne le trasformazioni, individuare nuovi linguaggi capaci del 40-50 per cento di gradimento sono finora falliti. E così, di fronte all'ignoto, tanto vale rifugiarsi nell'unica, rassicurante, solida cittadella che conosciamo bene, quella che la tradizione ci rimanda. Parliamo di canzoni, ma è come se parlassimo di politica. Comunque dovremmo chiederci se il Paese vero, profondo, è fatto di quei 10-12 milioni di italiani che si riflettono nello show di Sanremo. E concludere che se quella non è tutta l'Italia, o magari non è l'Italia che ci piace, o l'Italia che vorremmo (già, quale vorremmo?) è certamente un'Italia che non possiamo ostracizzare, ignorare, snobbare, sbeffeggiare. Ma capire. E se proprio non riusciamo a capirla, almeno rispettiamo.

Twitter @bmanfello