
Sanremo, effetto DC

Autore: Franz Coriasco

Fonte: Città Nuova

Con 10,4 milioni di telespettatori e il 46,6% di share, prosegue con successo l'edizione 2017 che vede insieme Maria De Filippi e Carlo Conti, tra effetti speciali e canzoncine leggere, superospiti e spot pubblicitari

Potremo pure chiamarlo **Effetto DC**. Là dove la sigla sottintende non solo i trionfatori della stagione in corso (l'accoppiata pigliattuto **De Filippi – Conti**), ma anche quel pacioso procedere tra i marosi e le correnti circostanti che la Balena Bianca democristiana dei tempi d'oro sapeva solcare con suprema nonchalance. Quasi 600 giornalisti accreditati a rappresentare quasi 250 testate. La solita giungla di fotografi e *aficionados* soppressati alle transenne, e il corredo di sempre: i cantanti ansiosi e gasatissimi, e quelli che galleggiano su routine già mille volte navigate. Quest'anno più che mai **Sanremo pare l'imbuto massimo degli share**. Ovvio, dato che i due maggiori partiti del fronte nazional-popolare si sono coalizzati in una sorta di patto di ferro per far fronte a tutte le inquietudini del presente e scodellarci codesta gran panacea. In realtà è sempre stato così il festivalone nostro; solo che stavolta **le canzoni appaiono un ingrediente ancor più pretenzioso e marginale del solito**; un semplice detonatore per innescare la rassicurante frivolezza dell'ovvio, come esige la logica del grande Barnum dell'effimero mediatico. Ha ragione **Mattia Feltri** che su **La Stampa** ha scritto: "la musica a Sanremo è un alibi, come nelle nostre discussioni sui social network, nei talk, nelle campagne elettorali, in cui le questioni sono soltanto il pretesto per farci attorno un pretenzioso balletto del futile, e poi disprezzarlo". Condivido in pieno, ma aggiungo anche che Sanremo è nutrito oltre che dai suoi irriducibili *aficionados*, anche da un ecosistema di corporazioni: per questo suona diverso a viverlo da dentro o a sorbirlo da fuori: dentro è tutto un *tourbillon*, una frenesia d'esaltazioni reciproche, ma *fuori* si porta appresso la noia di tutti i tran tran di lusso. In tutto questo, la melodia – da sempre fiore all'occhiello del "made in Italy" da esportazione – pare un po' sotto tono, mentre i testi, qui da sempre specchio moderatamente deformato della realtà sociale circostante, sbrodolano l'amore (il bene rifugio d'ogni età depressa) in tutte le salse e desinenze. In genere **la solita fiera delle banalità, con l'eccezione luminosa della Mannoia** (per la canzone, meno per l'interpretazione), comunque una spanna su tutti e non solo nei pronostici: perché oggi più che mai è difficile parlare e cantare la Vita con ottimismo sincero. Anche se ci sarà pur qualcun altro (tipo **Samuel** o **Gabbani**, la **Turci** o il giovane **Guasti**) che ne uscirà con la carriera rafforzata: ma a fronte di un nugolo di polvere di stelline collassate per sempre. Che altro dire? É un Sanremo da **tanto pe' parlà (più che cantà)** con troppe infibulazioni buoniste tenute insieme pretestuosamente, spesso gonfie di retorica, di rado realmente emozionanti. **Una fiera del superlativo** dove tutto è stupendo, memorabile, straordinario. E le canzoni, come dicevo, sempre più un accessorio buono soprattutto per passare da un ospite – o da un blocco pubblicitario – all'altro. Il meglio? Ognuno ha il suo, o i suoi. Al momento, per me, il duetto **Cortellesi-Albanese**, quello di **Consoli e Ferro**, certi lampi di **Crozza**, **l'inatteso e perfetto garbo della De Filippi**. Del resto al Festival, il meglio è quasi sempre fuori concorso. Insomma, a quanto pare il vecchio tormentone "**Perché Sanremo è Sanremo**" è ancora più che valido; la novità è che nessuno di questi tempi ha più il ghiribizzo di pretenderlo o sognarlo diverso.