

RAI

## Sanremo fa flop, va ripensato

CINEMA E TV

24\_02\_2014



**Ruben  
Razzante**



**Cala il sipario sul Festival di Sanremo** ma risuonano, quest'anno più che mai, gli echi di una manifestazione sempre più sbiadita e da ripensare. Tra polemiche sui cachet dei conduttori, esclusioni, ricorsi, incertezze sulle prossime edizioni, l'evento clou della canzone italiana si è trascinato stancamente anche quest'anno. Il format è ormai consunto: cinque sere di musica e spettacolo forse sono troppe e tenere incollati al

teleschermo per una settimana intera una platea massiccia di telespettatori appare impresa titanica. Un ripensamento del format urge. Nell'edizione più "flop" del Festival di Sanremo, anche il tanto atteso monologo di Maurizio Crozza ha lasciato l'amaro in bocca. Dopo le polemiche dello scorso anno, quando le proteste veementi del pubblico contro il suo intervento faziosamente politico lo avevano addirittura costretto a interrompersi, quest'anno Crozza è apparso sul palco dell'Ariston nascondendosi dietro a uno scudo con la scritta "Pace".

**Quest'anno l'attualità politica non offriva al comico nazionale** spunti pepati, se non quelli suscitati dall'ascesa a Palazzo Chigi di Matteo Renzi. L'anno scorso c'era la campagna elettorale in vista delle elezioni politiche, con Berlusconi che stava recuperando terreno sulla sinistra e allora andava attaccato e deriso (si ricordano le polemiche sulla conduzione allusivamente faziosa del Festival da parte di Fazio e Littizzetto). Quest'anno c'è Renzi. E così il comico graffia meno ed ha meno appeal, anche quando si infila gli ormai famosi dentoni e la parrucca del nuovo premier.

**Fabio Fazio e Luciana Littizzetto, in questo sessantaquattresimo Festival di Sanremo,** non sono riusciti a conquistare il pubblico televisivo né con la performance canora di lui in impermeabile da esibizionista né con i balletti e i monologhi sempre più scurrili di lei. Ai due non è bastato cambiare look per risalire la china e per far impennare uno share demoralizzante, assai inferiore a quello dell'anno scorso. Sanremo 2014 ha deluso sul piano degli ascolti, tanto che il Codacons e l'Associazione Utenti Radiotelevisivi hanno chiesto a Fabio Fazio e Luciana Littizzetto di restituire parte dei compensi percepiti e che ammontano, rispettivamente, a 800.000 e 500.000 euro.

**Il j'accuse pronunciato durante il Festival dai vertici di quelle due associazioni** è perentorio: "È evidente che questa edizione del Festival, priva di idee, di originalità e di innovazione, non sta piacendo agli italiani: di fronte ad un calo di ascolti così forte, ci si chiede come sia possibile che la squadra di Fabio Fazio, nonostante un anno di tempo e risorse immense per la preparazione dell'evento, abbia portato in scena uno spettacolo così deludente. Ovviamente, si apre ora il fronte della congruità dei compensi elargiti ai conduttori del festival. Se gli ascolti continuano a crollare, chiederemo formalmente a Fabio Fazio e Luciana Littizzetto di restituire parte del compenso ricevuto dalla Rai per la conduzione del Festival, oltre che le dimissioni del Dg Luigi Gubitosi. Nessuno – se non la stampa – che abbia detto che lo spettacolo è lento e lungo, e che è un'indegnità che per conoscere i vincitori delle Nuove Proposte bisogna aspettare l'una di notte".

**In totale il Festival di Sanremo 2014 è costato 18 milioni di euro.** Una cifra davvero molto elevata per un programma televisivo della durata di cinque serate e che

potrebbe servire per alimentare programmi settimanali di maggior livello. Dalla Rai si affrettano a dire che tra pubblicità televisiva e incassi per biglietti al teatro Ariston, Sanremo ha fatto incassare quasi 21 milioni. Restano le cifre spropositate per i compensi dei due conduttori e anche degli ospiti come Ligabue o Baglioni, che avrebbero percepito circa 200.000 euro a testa. Una corte dei miracoli francamente stucchevole in epoca di austerità, tanto più che a farne parte sono i soliti noti, tutti rigorosamente amici e sodali del duo Fazio-Litizzetto. Il solito utilizzo privato di soldi pubblici, assai diffuso nel mondo del cinema, del teatro e della musica, in nome di un monopolio culturale e di un'egemonia che per decenni una certa sinistra ideologica ha perpetuato nel nostro Paese, operando una "conventio ad excludendum" nei confronti di qualsivoglia espressione culturale alternativa. Sanremo è finito in quest'orbita e serve anche a foraggiare tali lobbies consolidate. Il format va svecchiato, il numero di serate è eccessivo, la conduzione Fazio-Litizzetto non fa miracoli e andrebbe messa in discussione, gli abbonati Rai avrebbero il diritto di incidere sul palinsesto e di proporre per il Festival una versione maggiormente "customer oriented", pluralista e rivolta alle nuove generazioni. Speriamo che i vertici Rai ci riflettano in vista delle prossime edizioni.