collana del centro interuniversitario
per le ricerche sulla sociologia del diritto,
dell'informazione
e delle istituzioni giuridiche
(cirsdig)

16

Direttrice
Antonia Cava

Comitato editoriale
Maria Rita Bartolomei
Marco Centorrino
Roberta Dameno
Emilia Ferone
Josefa Lozano Martínez
Sebastiano Nucera
Maria Eugenia Parito
Francesco Pira
Pietro Saitta
Angelo Salento
Giuliano Tardivo
Elena Valentini
Massimiliano Verga

Comitato scientifico
Francisco Javier Ballesta Pagán
Larry D. Barnett
Gianna Maria Cappello
Roque Carrión-Wam
Alberto Febbrajo
Vincenzo Ferrari
Mauricio García Villegas
Rolando Marini
Edgar Morìn
Guido Nicolosi
Andrea Pitasi
Valerio Pocar
Marcello Strazzeri

Segretario di redazione
Mariagrazia Salvo

Segreteria di redazione
Assunta Penna

CIRSDIG — COLLANA DEL CENTRO INTERUNIVERSITARIO
PER LE RICERCHE SULLA SOCIOLOGIA DEL DIRITTO,
DELL'INFORMAZIONE E DELLE ISTITUZIONI GIURIDICHE

La collana del CIRSDIG nasce da un'idea di Domenico Carzo ed è aperta ai contributi di studiosi attivi particolarmente, ma non esclusivamente, nei campi della Sociologia del Diritto e della Sociologia della Comunicazione. La presentazione di proposte editoriali è fortemente incoraggiata e gli autori interessati sono invitati a contattare la Direttrice della Collana per sottoporre i propri progetti (acava@unime.it).
La collana ospita interventi, teorici o empirici, che trattino i processi normativi e/o comunicativi — riguardanti le trasformazioni in atto nel mondo contemporaneo e, in generale, gli aspetti di potere connessi a genere, etnia e disuguaglianze — presenti in tali processi. Più specificamente i testi pubblicati riguardano ad esempio: dinamiche e mutamenti sociali e giuridici; la cultura, gli immaginari collettivi e le trasformazioni sociali; i nuovi diritti civili, politici e sociali; la comunicazione e le tecnologie digitali.

Classificazione Decimale Dewey:

302.23094518744 (23.) MEDIA (MEZZI DI COMUNICAZIONE). Sanremo

NON SONO SOLO CANZONETTE

VALORI IDENTITARI, IMMAGINARIO E STORIA SOCIALE DEL FESTIVAL DI SANREMO

a cura di

ANTONIA **CAVA**
LUCA **BUSCEMA**

contributi di

MARIA RITA **BARTOLOMEI**, LUCA **BUSCEMA**, ANTONIA **CAVA**
ALBERTO **MARCHESE**, MARIAEUGENIA **PARITO**, FABRIZIA **PASCIUTO**
ASSUNTA **PENNA**, MARIO **TIRINO**, MARIA FRANCESCA **TOMMASINI**

aracne

©

ISBN
979-12-218-1725-6

PRIMA EDIZIONE
ROMA 6 FEBBRAIO 2025

INDICE

11 *Presentazione*
di Luca Buscema e Antonia Cava

19 Capitolo I
di Luca Buscema
Valori identitari e *idem sentire de Republica* nella tradizione canora del Festival dei fiori
1.1. Che c'entra la Costituzione con Sanremo?, 19 – 1.2. Se bastasse una canzone, 24 – 1.3. Fuori e (nuovamente) dentro Sanremo: assiologia (costituzionale) della canzone italiana, 38.

43 Capitolo II
di Mariaeugenia Parito, Fabrizia Pasciuto, Assunta Penna
Il Festival di Sanremo tra musica e partecipazione. Una matita per le elezioni europee
2.1. Introduzione, 43 – 2.2. Il Festival di Sanremo come *media event* transmediale e transgenerazionale, 45 – 2.3. Lo spettacolo si fa social, 49 – 2.4. La matita tra palco e social, 51 – 2.5. Tra spettacolo e impegno civico, 53 – 2.6. Il segno lasciato dalla matita, 56 – Osservazioni conclusive, 58.

61 Capitolo III
di Antonia Cava
Il *gender gap* nel Festival della canzone italiana
3.1. Introduzione, 61 – 3.2. Per una definizione di *gender gap*, 64 – 3.3. Il *gender gap* nell'industria musicale, 67 – 3.4. Il palco dell'Ariston come soffitto di cristallo, 69 – 3.5. Riflessioni conclusive, 73.

75 Capitolo IV
di Mario Tirino
L'anno in cui tutto cambiò. Sanremo 1970 tra gli anni bui e l'euforia dei consumi
4.1. Tra il terrorismo e *Drive In*, 75 – 4.2. Il Festival dalla stagione del "lungo Sessantotto" alla decadenza, 76 – 4.3. 1978: il peggiore degli anni di piombo e i venti di cambiamento, 80– 4.4. Alle porte degli anni Ottanta: la gestione Ravera, 81 – 4.5. L'arrembaggio della sperimentazione: cabaret, performance, riforma del cantautorato, 83 – 4.6. Il ciclone Fanigliuolo, 88 – 4.7. Conclusioni, 90.

93 Capitolo V
di Maria Rita Bartolomei
L'invenzione della tradizione. Il Festival di Sanremo tra sfide legali, innovazioni culturali e marketing pubblicitario
5.1. Introduzione, 93 – 5.2. L'*amusement*, l'industria culturale e gli studi sui media, 94 – 5.2.1. Lo sviluppo dell'industria culturale, 95 – 5.2.2. La scuola di Francoforte e gli studi sui media, 97 – 5.3. L'invenzione della tradizione e il successo del Festival di Sanremo, 98 – 5.3.1. Considerazioni antropologiche e funzione sociale, 100 – 5.4. Aspetti giuridici, 102 – 5.4.1 I diritti del Festival, 103 – 5.4.2. Pubblicità diretta e indiretta, 105 – 5.5. Product placement e pubblicità occulta, 106 –5.6. Considerazioni conclusive, 109.

111 Capitolo VI
di Alberto Marchese
La produzione musicale digitale: «"canzoni" in cerca d'autore». IA e meccanismi di creazione artistica nella prospettiva (civilistica) della tutela autoriale
6.1. Nota introduttiva, 111 – 6.2. L'Intelligenza artificiale e la creazione musicale, 112 – 6.3. La problematicità del diritto d'autore nelle creazioni artistiche generate dall'IA, 116 – 6.4. Correttivi giurisprudenziali e prospettive di tutela, 119.

123 Capitolo VII
di Maria Francesca Tommasini
Il *merchandising* di prodotti a marchio "Festival della canzone italiana"
7.1. Festival di Sanremo e *show business*, 123 – 7.2. Origini del *merchandising* e peculiarità degli oggetti di tutela, 124 – 7.3. Il *trademark merchandising*. Distinzione da ipotesi similari, 125 – 7.4. Ammissibilità e disciplina della fattispecie contrattuale, 129 – 7.5. *Segue*. Violazione del marchio e atti di concorrenza sleale, 131 – 7.6. Rilievi conclusivi, 133.

135 *Bibliografia*

145 *Note Autori e Autrici*

Non sono solo canzonette
ISBN 979-12-218-1725-6
DOI 10.53136/97912218172561
pp. 11-18 (febbraio 2025)

PRESENTAZIONE

Luca Buscema e Antonia Cava

Il Festival della canzone italiana è una manifestazione canora che, da lungo tempo, appartiene alla tradizione culturale (non solo) musicale del nostro Paese.

Inaugurato nel 1951, da allora rappresenta un importante palcoscenico calcato da artisti che, grazie alla risonanza mediatica e sociale dell'evento, hanno avuto l'opportunità di affermarsi, in campo musicale, agli occhi del grande pubblico.

La storia del Festival di Sanremo cammina di pari passo con l'evoluzione della società, ne assimila i novelli tratti caratteristici, si adatta alle esigenze (non solo) musicali delle nuove generazioni e, al contempo, contribuisce ad imprimere sempre inedite e innovative proiezioni concernenti vari (e, tra di loro, diversificati) stili musicali.

Nuovi ritmi, originali (e, a volte, inconsuete e insolite) melodie, singolari suoni e musicalità caratterizzano ogni edizione di una kermesse sì composta da "musica e parole", ma anche divenuta occasione per promuovere il dibattito, il confronto critico, la "spettacolarizzazione" di temi contraddistinti da manifesta rilevanza sociale.

Del resto, attorno al "festival dei fiori", maturano, sovente, curiosità, interesse, partecipazione, trasporto e passione riservati non solamente alla "gara canora", ma rivolti verso tutto ciò che accompagna le "giornate sanremesi".

Non solo spettacolo o gossip, indiscrezioni, pettegolezzi e voci di corridoio, ma anche varietà, show, esibizioni e rappresentazioni artistiche di spessore, degne di nota e meritevoli di applausi o, a volte, criticate e disapprovate.

Il Festival di Sanremo si impone, quindi, agli occhi del grande pubblico (non solamente ristretto alla comunità nazionale, perché trasmesso in Eurovisione), come fenomeno mediatico di grande risonanza, modello ideale e campo di studio ed approfondimento delle diverse diramazioni scientifiche proprie dei settori della sociologia e della comunicazione, esemplificazione di temi di interesse propri delle discipline riferibili alle arti e dello spettacolo.

Al contempo, però, diviene l'occasione per riflettere su questioni di natura e rilevanza sociale, coinvolgendo valori propri di una collettività che rinviene, nel festival della canzone italiana, un senso di comunione e di appartenenza, di condivisione e unità di intenti e di ideali, un *idem sentire*, di matrice nazional-popolare, identificativo di tradizioni e costumi italici, innanzitutto insorti all'indomani dell'affermazione di un nuovo modello di società descritto in seno alla Costituzione repubblicana.

Prospettiva, per vero, sin da subito assunta in considerazione nell'ambito del contributo di Luca Buscema, che inaugura il volume soffermandosi, appunto, sulla ricerca di valori identitari e *idem sentire de republica* nella tradizione canora del festival dei fiori.

Del resto, sottolineava Roberto Benigni, nel 2023, in occasione della 73° edizione della kermesse, anno in cui, peraltro, si è svolta la celebrazione del 75° anniversario dell'entrata in vigore della Costituzione italiana, che la musica non rappresenta altro che una evidente manifestazione d'arte «e la Costituzione è legatissima con l'arte; anzi, sono quasi la stessa cosa perché la Costituzione è un'opera d'arte e canta…la libertà e la dignità dell'uomo».

Un canto, in verità, intriso di ideali e valori capaci di relegare ai margini ogni manifestazione settaria, d'odio, di discriminazione, di soverchieria o sopraffazione e di consentire l'affermazione ed il consolidamento, contro ogni forma di dispregio, della più intima essenza dell'essere umano e della dignità della persona.

Non di rado, del resto, le stesse canzoni e performance musicali proposte da concorrenti ed ospiti hanno ingenerato un vivo coinvolgimento emotivo, in specie allorquando si sia giunti ad affrontare, sovente con coraggio, temi sociali di sicura delicatezza e complessità.

Basti pensare, ad esempio, anche in una prospettiva lungimirante ed antesignana, all'ecologismo, alla pena di morte, all'emarginazione sociale, all'omosessualità e alla disabilità, accompagnati, sovente, da riferimenti che, nel complesso, investono direttamente e a pieno titolo il principio personalista radicato in seno alla Costituzione italiana, correlato, in maniera stringente, al valore "inderogabile" della dignità dell'essere umano, al principio di autodeterminazione, all'eguaglianza di ogni individuo a dispetto di ogni forma di disparità o discriminazione, per tale via conducendo

ad una profonda riflessione sull'eguaglianza di tutti gli esseri umani, sul principio di tolleranza e di reciproco rispetto, sulla contaminazione multiculturale e sulla forza del libero pensiero perché, è noto, «i muri vanno giù al soffio di un'idea».

A volte vera e propria metafora patriottica, passando attraverso la celebrazione del valore della fedeltà alla Repubblica e dell'adempimento del proprio dovere, con disciplina ed onore, pur al cospetto di molteplici difficoltà e momenti di vero e proprio scoramento, talaltra promuovendo il "valore costituzionale della pace" - che Roberto Benigni, nel 2023, riferendosi al ripudio della guerra consacrato all'interno dell'art. 11 della Carta del 1948, definiva essere "il verso di una poesia" esaltandone la "forza, bellezza e perentorietà"- le canzoni sanremesi hanno spesso costituito un potente veicolo di condivisione di valori ed ideali avvertiti come ineliminabile e irrinunciabile patrimonio assiologico in cui riconoscersi e rinvenire la propria origine identitaria.

Un senso di appartenenza, in verità, vissuto sempre più in chiave sovranazionale ed europeista, in piena consonanza con il desiderio di ritenersi "uniti nella diversità", attraverso, in primo luogo, la maturazione della consapevolezza del "bisogno" di rendersi parte attiva di un processo di progressivo ravvicinamento ed armonizzazione, culturale e assiologica, al di là di ogni logica nazionalista.

Ciò, innanzitutto mediante un cosciente e meditato esercizio degli strumenti di democrazia rappresentativa che permettano di esprimere la propria, personale visione del modello ideale di rappresentanza politica degli interessi mediante il periodico susseguirsi di consultazioni elettorali per il tramite delle quali rimettere ai propri rappresentanti, liberamente e democraticamente eletti, la più genuina promozione degli interessi generali propri, appunto, della comunità politica apprezzata alla stregua di collettività indivisa.

In ciò, anche il Festival di Sanremo, pure di recente, come ricostruito nel capitolo di Mariaeugenia Parito, Fabrizia Pasciuto e Assunta Penna, ha saputo offrire il giusto "palcoscenico" ad iniziative rivolte nella direzione di sollecitare l'attenzione del grande pubblico circa l'importanza (ed il conseguente valore civico) dell'esercizio del diritto di voto.

Nel 2024, ad esempio, una matita, portata con sé da molti dei cantanti sul palco durante le esibizioni, ha assunto un ruolo simbolico nel

contesto della campagna di sensibilizzazione #UsaIlTuoVoto promossa dal Parlamento e dalla Commissione Europea. L'iniziativa è stata lanciata nell'ambito della community Fantasanremo che, includendo la matita come elemento per ottenere punti in una competizione a squadre tra il pubblico/utenti dei social, ha aggiunto un intrigante livello di gamification al tradizionale evento mediale.

L'utilizzo di un simbolo semplice e riconoscibile come la matita, associato ad un evento di spicco e di grande risonanza popolare, è stato pensato per rendere il tema del voto più accessibile e coinvolgente anche per le nuove generazioni, target privilegiato delle campagne istituzionali europee di invito al voto, in un Festival sempre più rivolto ai giovani.

Il ricorso al palco del Festival di Sanremo ha rappresentato il tentativo di estendere al pubblico generalista il tema della partecipazione democratica in prospettiva sovranazionale, ampliando i destinatari delle precedenti campagne istituzionali di invito al voto per elezioni europee 2014 e 2019 che, in assenza del supporto dei media legacy nazionali, hanno avuto un impatto limitato.

Il coinvolgimento delle istituzioni europee, peraltro, si è manifestato anche in un altro degli eventi parte della narrazione transmediale del Festival: Casa Sanremo, ha visto infatti la partecipazione di iniziative animate dalla Rappresentanza in Italia della Commissione europea, in particolare ponendo attenzione al tema della disinformazione.

In questa prospettiva, il festival dei fiori conferma di essere, quindi, l'opportunità per ragionare sui processi evolutivi che, nel tempo, hanno interessato la comunità nazionale in campo sociale, culturale e comunicativo e sui valori identitari in esso racchiusi, incoraggiando una partecipazione attiva e consapevole alla vita democratica anche attraverso l'uso creativo di simboli e dell'incentivazione ludica, strumenti efficaci per raggiungere, con immediatezza, un pubblico sempre più vasto ed articolato.

Del resto, nella società moderna e sempre più interconnessa, i produttori mediali rivestono un ruolo determinante nella creazione dei mondi simbolici. I sistemi di conoscenze e di valori condivisi dalle realtà sociali, in cui i media operano, sono, difatti, profondamente forgiati dalle creazioni dei media.

Bisogna, allora, considerare i media come produttori di una sorta di "senso comune", di un insieme di presupposti sui quali si edifica ogni rappresentazione possibile; essi contribuiscono a definire e a creare gran parte del nostro mondo circostante, fornendo i *frames* che concorrono a strutturare la nostra conoscenza della realtà.

Nella storia dei media in Italia, la televisione continua a rivestire una posizione centrale, non solo nel sistema dell'industria culturale, ma anche nella cultura nazionale. Nel corso del tempo questo *medium* ha dimostrato, infatti, una grande capacità di tenuta di fronte ai profondi cambiamenti delle tecnologie e dei consumi culturali. Tra gli eventi televisivi che sono cambiati nel tempo, accompagnando il cammino di trasformazione della nostra società, vi è sicuramente, appunto, il Festival di Sanremo.

Sanremo è l'evento mediale più importante della televisione italiana, non solo per la quantità di pubblici che riesce a conquistare, ma anche per la capacità di sintonizzarsi con lo "spirito del tempo" del nostro paese. È un grande rituale condiviso, che di anno in anno permette di celebrare valori comuni o fa esplodere accese discussioni in una cornice fatta di moda, politica, attualità, gossip e musica.

Si è già avuto modo di evidenziare che molteplici, in verità, possono essere gli ambiti di interesse attenzionati così come l'intensità ed attualità delle tematiche emergenti sul palco e dietro le quinte sanremesi; di certo, spicca, tra queste, il "gender gap", nei diversi contesti socioeconomici in genere e, ovviamente, in particolare, nei contesti mediali, come evidenziato nel contributo di Antonia Cava.

Basti pensare, ad esempio, proprio con riferimento al festival dei fiori, alla scarsa presenza delle donne sul palco come interpreti e come cantautrici, prova di un divario assai importante, duraturo nel tempo, come emerge dalla ricostruzione di sette decenni dello spettacolo più importante della televisione italiana.

In questa prospettiva, matura l'esigenza di promuovere un interessante punto di vista che approfondisca ed espliciti cosa accade nei processi "*in front of the screen*" e nei processi produttivi "*behind the screen*", considerando la scarsa rappresentatività delle donne nella costruzione dei contenuti musicali, nell'ambito della scrittura e produzione.

Ciò, proprio prendendo spunto dalle vicende e vicissitudini emerse, nel corso degli anni, in seno alla kermesse musicale sanremese,

come noto, prospettiva privilegiata che, sovente, riflette/rispecchia/anticipa fenomeni e tendenze socioculturali e trasformazioni del costume, della società e dell'industria mediale.

Accade, difatti che, il Festival di Sanremo abbia costituito, nel tempo, un fenomeno spettacolare dalle caratteristiche mediali uniche: in quanto prodotto di storiche dinamiche di eventizzazione, cui hanno contribuito in egual misura la televisione pubblica e l'industria discografica italiane, Sanremo ha rappresentato uno dei riti nazionalpopolari in grado di aggregare e dare voce a molteplici e contraddittorie istanze culturali variamente connesse con l'attualità, la tradizione, l'innovazione.

Per tale ragione, sebbene con un certo ritardo, anche le scienze sociali e della cultura si sono interessate al Festival, prendendo in esame, per esempio, la sua forza di mediatore sociale, le interferenze con le culture giovanili, la capacità di attivare narrazioni transmediali.

In questa direzione, si attaglia sia uno studio di ampio respiro, volto a ravvisare dette connotazioni lungo una dorsale logica/cronologica, sia l'approfondimento scientifico condotto a partire da una specifica edizione, ritraendo da essa, in via induttiva, la cartina di tornasole di processi mediali tipicamente riconducibili a ben definite "ere" variamente plasmate dai modelli culturali e dalle dinamiche sociali propri del periodo storico assunto in considerazione.

Esemplificativa dimostra di essere, in questa direzione, l'edizione di Sanremo 1979, analizzata da Mario Tirino attraverso una *media content analysis* dei materiali disponibili (articoli, video, tracce sonore), che costituisce un oggetto socioculturale e mediale particolarmente prezioso, in quanto proietta il Festival verso l'estetica postmoderna degli anni Ottanta, in un clima sociale e politico ancora pesantemente condizionato dagli anni di piombo.

L'esibizione come performance a tutto tondo, l'attenzione agli elementi visivi e coreografici, l'apertura all'estetica postmoderna, il pop sperimentale, la canzone-cabaret (con accenni demenziali) – che caratterizzano questa edizione – torneranno come elementi ricorrenti anche nello scenario profondamente trasformato degli anni Ottanta che rovescia con disinvoltura, ironia e sarcasmo rituali, stereotipi e luoghi comuni della musica pop nazionale.

Il progressivo ampliamento dell'offerta di intrattenimento e la crescente spettacolarizzazione dell'evento musicale, poi, hanno contribuito a trasformare la kermesse musicale da semplice occasione di *amusement* a prodotto culturale di portata nazionale e internazionale, fino a renderlo una preziosa occasione di promozione commerciale per i cantanti e l'industria musicale italiana e di marketing pubblicitario per l'intera società.

Ciò ha sì permesso al Festival di ripetersi ininterrottamente e di interpretare le diverse epoche della storia televisiva italiana, fino a diventare patrimonio della cultura popolare e uno dei principali eventi mediatici del Paese, ma ha anche comportato l'emersione di una insopprimibile esigenza; al pari di ogni altro fenomeno sociale, anche il Festival ha richiesto, come descritto nel contributo di Maria Rita Bartolomei, una adeguata regolamentazione giuridica nel quadro di un delicato rapporto che si viene a creare tra il rispetto di certi diritti garantiti dal nostro ordinamento – il diritto d'autore, il diritto all'immagine, la libertà di espressione e di informazione, etc. – e l'applicazione di propri atti di disciplina interni (per tutti, il Regolamento di Sanremo).

Del resto, la produzione artistica in campo musicale ha subìto, nel corso degli ultimi anni, una radicale metamorfosi specie se si considera l'apporto – tutt'altro che marginale – dato al settore di riferimento dall'intelligenza artificiale (IA). L'IA è stata impiegata per creare, modificare e arrangiare brani musicali in modi innovativi, sfidando le convenzioni tradizionali e aprendo nuove possibilità creative. Tuttavia, questa evoluzione solleva importanti questioni, riguardanti la protezione del diritto d'autore delle opere musicali generate dall'IA, affrontate nel capitolo firmato da Alberto Marchese.

Se, da un lato, la produzione musicale digitale ha beneficiato dell'IA attraverso diversi strumenti e tecniche, tra cui la generazione automatica di melodie, la composizione di arrangiamenti complessi e la modifica dei suoni, dall'altro lato, proprio questi strumenti consentono ai musicisti di esplorare nuove idee e di accedere a risorse creative non solo altrimenti inaccessibili (perché non conoscibili) ma, soprattutto, non generate dalla loro creatività.

Dalla prospettiva del diritto civile, la questione chiave riguardante la protezione del diritto d'autore delle opere generate dall'IA al fine di poter stabilire se, ed entro che limiti, queste opere possano essere con-

siderate originali e creative ai sensi della legge sul copyright. Attualmente, la stragrande maggioranza delle giurisdizioni nazionali non fornisce, al riguardo, una risposta né univoca né esaustiva ma pare che l'orientamento sia quello di addivenire all'adozione di nuovi criteri per determinare l'originalità delle opere generate dall'IA, tenendo comunque conto – là dove possibile – del contributo umano nel processo creativo, attraverso una serie di articolate linee guida che promuovano la trasparenza e il rispetto dei diritti autorali dei singoli artisti.

Profili dubitativi che, in verità, sono destinati a coinvolgere, in una prospettiva di ampio spettro, il c.d. "event merchandising", analizzato nel contributo finale di Maria Francesca Tommasini, non ancora compiutamente disciplinato dal legislatore italiano, che riveste un ruolo importante nel business complessivo che ruota attorno alla kermesse musicale attraverso il brand Festival di Sanremo che viene apposto su prodotti di ogni tipo (magliette, tazze, penne, matite, sciarpe etc.).

Chi assiste al Festival di Sanremo, come avviene per qualunque altro evento di grande rilevanza e copertura mediatica, spesso sceglie, infatti, di acquistare un oggetto in ricordo dell'esperienza vissuta.

Per tale via, alla (originaria) preminenza di emozioni e percezioni "immateriali" correlate a musiche e parole si affianca anche il desiderio di perpetuare il legame ideale con la kermesse musicale attraverso un simbolo "musicalmente" caratterizzante, così consolidando la valenza identitaria del festival dei fiori non solo connessa ai contenuti canori e alle "idealtipiche" vicissitudini via via susseguentisi sul palcoscenico dell'Ariston, bensì anche alla loro rappresentazione "iconografica" mediante un logo (il brand sanremese) al contempo decorativo e immaginifico.

Non sono solo canzonette
ISBN 979-12-218-1725-6
DOI 10.53136/97912218172562
pp. 19-41 (febbraio 2025)

CAPITOLO I

VALORI IDENTITARI E *IDEM SENTIRE DE REPUBLICA* NELLA TRADIZIONE CANORA DEL FESTIVAL DEI FIORI

Luca Buscema

1.1. Che c'entra la Costituzione con Sanremo?

«Signore e Signori, benvenuti al Casinò di Sanremo per un'eccezionale serata organizzata dalla Rai, una serata della canzone con l'orchestra di Cinico Angelini».

Queste le prime parole con le quali venne inaugurata la prima edizione del Festival di Sanremo il 29 gennaio1951, manifestazione canora che annoverò la partecipazione di tre soli cantanti che intonarono le venti canzoni selezionate.

Accolta con timidezza dai quotidiani dell'epoca, non ancora esistendo trasmissioni televisive, ad essa venne dato risalto dedicando un apposito programma radiofonico, per tale via divenendo oggetto di interesse di un pubblico sempre più coinvolto e incuriosito.

Probabilmente, in quel tempo, nessuno poté intuire davvero le reali potenzialità di un evento destinato, in pochi anni, a divenire non solo un appuntamento irrinunciabile della tradizione musicale italiana, ma anche contesto scenografico nell'ambito del quale sperimentare nuovi stili musicali, novelle provocazioni, occasioni di dibattito e, financo, polemica.

Il "Festival dei fiori" ha, quindi, assunto forma e consistenza di palcoscenico ove misurare e proporre nuovi ritmi e tonalità, camminando di pari passo con l'evoluzione dei gusti, dei costumi e del contesto sociale frattanto maturato.

Una kermesse musicale investita, peraltro, dalle sempre più pressanti e pretenziose esigenze rappresentate dal mezzo televisivo, strumento principe, sostitutivo della radio, di condivisione di un fenomeno

mediatico di sempre maggiore risonanza, tale (non solo) agli occhi dell'intera comunità nazionale (perché trasmesso in Eurovisione).

Nel tempo, a calcare il palco dell'Ariston si sono avvicendati artisti di diversa estrazione musicale, espressione di differenti generazioni e portatori di un proprio bagaglio professionale ed esperienziale, tutti animati, però, dal medesimo desiderio di proporsi all'attenzione del grande pubblico, per consolidare la propria fama, ovvero, talvolta, anche per "rigenerarsi" e ricercare nuove possibilità di "riscatto" conseguenti ad un (più o meno lungo) periodo di "torpore musicale".

Alle canzoni, alle melodie e ai testi, poi, sono stati affiancati anche momenti di riflessione sociale, sovente affidati a "monologhi" recitati da ospiti non appartenenti al panorama musicale, in alcuni casi divenuti, improvvisamente e (talvolta) improvvidamente, estemporanee iniziative di protesta e contestazione.

Di certo, quindi, le "giornate sanremesi" susseguitesi nel corso degli anni sono progressivamente diventate il risultato di un complesso ed articolato mix di intenti e professionalità; hanno avuto da lungo tempo e mantengono ancor oggi il sapore di teatralità e spettacolarizzazione di musica e parole, rappresentano un evento mediatico, televisivo e digitale, offrono occasioni di dibattito e, al contempo, di svago e spensieratezza, rimettono anche all'improvvisazione ed all'estemporaneità dei suoi protagonisti il compito di mantenere alta l'audience (in presa diretta) e l'attenzione del grande pubblico pure una volta conclusa la singola serata.

La gara canora, talora, addirittura, viene posta quasi in secondo piano, pur riuscendo sempre a riconquistare le scene in breve tempo, per la professionalità e capacità artistiche dei concorrenti, ovvero per la loro "sfrontatezza, originalità ed esuberanza".

In quest'ottica, a pieno e legittimo titolo, potrebbe dirsi che, ancorché siano spesso affrontate tematiche sociali di grande rilevanza e delicatezza, il "Festival dei fiori" è pur sempre uno spettacolo, musicale e televisivo, evento capace di coinvolgere le masse e, per tale via, assumere una spiccata valenza sociologica e comunicativa, sorretta, in ogni caso, non certo da finalità educative o di "orientamento ed indirizzo culturale", bensì dallo scopo primario di fornire il più "famoso" palcoscenico sul quale esibirsi e conquistare fama e notorietà.