



**Diacronie**  
Studi di Storia Contemporanea

**53, 1/2023**  
Popular music e storia

---

## Tempo d'estate. La canzone balneare nell'Italia degli anni Sessanta

Paolo PRATO

---

Per citare questo articolo:

PRATO, Paolo, «Tempo d'estate. La canzone balneare nell'Italia degli anni Sessanta», *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea : Popular music e storia: Media, consumi e politica dagli anni Cinquanta agli anni Novanta*, 53, 1/2023, 29/03/2023,

URL: < [http://www.studistorici.com/2023/03/29/prato\\_numero\\_53/](http://www.studistorici.com/2023/03/29/prato_numero_53/) >

---

**Diacronie** Studi di Storia Contemporanea → <http://www.diacronie.it>

**ISSN 2038-0925**

Rivista storica online. Uscita trimestrale.

[redazione.diacronie@studistorici.com](mailto:redazione.diacronie@studistorici.com)

Comitato di direzione: Naor Ben-Yehoyada – João Fábio Bertonha – Christopher Denis-Delacour – Maximiliano Fuentes Codera – Tiago Luís Gil – Deborah Paci – Jean-Paul Pellegrinetti – Mateus Henrique de Faria Pereira – Spyridon Ploumidis – Wilko Graf Von Hardenberg

Comitato di redazione: Jacopo Bassi – Roberta Biasillo – Luca Bufarale – Alice Ciulla – Federico Creatini – Luca G. Manenti – Andreza Santos Cruz Maynard – Emanuela Miniati – Gabriele Montalbano – Çiğdem Oğuz – Mariangela Palmieri – Fausto Pietrancosta – Elisa Tizzoni – Matteo Tomasoni – Luca Zuccolo



Diritti: gli articoli di *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea* sono pubblicati sotto licenza Creative Commons 4.0. Possono essere riprodotti e modificati a patto di indicare eventuali modifiche dei contenuti, di riconoscere la paternità dell'opera e di condividerla allo stesso modo. La citazione di estratti è comunque sempre autorizzata, nei limiti previsti dalla legge.

---

# 1/ Tempo d'estate. La canzone balneare nell'Italia degli anni Sessanta

Paolo PRATO

---

**ABSTRACT:** *All'apice del miracolo economico (1961-62) prende forza un filone della canzone di largo consumo che ha per tema le vacanze al mare: pompate dai juke-box onnipresenti negli stabilimenti balneari, le canzoni dell'estate inaugurano la voga dei "tormentoni" e sono un fenomeno tipicamente italiano, che non ha riscontri altrove. Alle sue radici vi sono ragioni sociali (più denaro per il tempo libero), culturali (il boom delle vacanze) e di mercato (nuovi modi di consumare musica: l'avvento di 45 giri, giradischi e mangiadischi). Il contributo intende ricostruire le ragioni, le fortune e i protagonisti della canzone balneare nel contesto della società e della cultura del tempo allo scopo di rivalutarne la natura identitaria e l'impatto sociologico su una nazione in forte crescita.*

\*\*\*

**ABSTRACT:** *At the peak of the economic miracle (1961-62) a sub-genre of consumer song centered around beach holidays comes to light: pumped by the ubiquitous jukeboxes in the bathing establishments, these Summer hits inaugurate the vogue of the "tormentoni" and are a typically Italian phenomenon, which has no equivalent anywhere else. Behind its rise there are social reasons (more money for leisure activities), cultural (the holiday boom) and market reasons, related to the new ways of enjoying music (the advent of 45 rpms, turntables and portable record players). This article aims to reconstruct the reasons, fortunes and protagonists of the beach song within the context of the society and culture of the time in order to re-evaluate its role as a identity marker and the sociological impact on a rapidly growing nation.*

---

## Introduzione

La letteratura accademica sulla canzone italiana si è ampliata in maniera esponenziale negli ultimi due decenni, grazie all'interesse mostrato da storici, linguisti, italianisti, studiosi di cinema e media che hanno contribuito ad arricchire un campo d'indagine tradizionalmente presidiato dai popular music studies. Generi, artisti, epoche e tematiche trasversali sono stati fatti oggetto di numerosi studi e pubblicazioni anche in lingua inglese, col risultato di esportare la ricerca in ambito internazionale e favorire confronti con altre tradizioni<sup>1</sup>. Siamo solo all'inizio di una

---

<sup>1</sup> Si vedano ad es. ADINOLFI, Francesco, *Mondo Exotica. Sounds, Visions, Obsessions of the Cocktail Generation*, Durham, Duke University Press, 2008; BARWICK, Linda, SORCE KELLER, Marcello (eds.), *Italy in Australia's Music Landscape*, Melbourne, Lyrebird Press, 2013; FABBRI, Franco, PLASTINO, Goffredo (eds.), *Made in Italy: Studies in Popular Music*, London-New York, Routledge, 2014; FRASCA, Simona, *Birds of Passage. The Diaspora of*

ricognizione che altrove – penso anzitutto agli Stati Uniti e al Regno Unito – è stata avviata a partire dai primi anni Ottanta con la creazione della IASPM e che ha mutato radicalmente l'organizzazione degli studi accademici sulla musica<sup>2</sup>. Il presente lavoro intende colmare una delle tante lacune affrontando un sottogenere di largo consumo - la canzone balneare - sbocciato in un decennio cruciale come gli anni Sessanta: un filone a stento tematizzato perfino dalla critica musicale, che solo in tempi recenti ha prodotto una disamina storica dopo che per decenni è stato appannaggio del giornalismo di costume<sup>3</sup>. Un filone riconoscibile per i testi che parlano di vacanze al mare e del relativo corredo di oggetti, esperienze e amori a tempo, ma del tutto assimilabile alla canzone tout-court per quel che riguarda la musica<sup>4</sup>. Pur nella sua ridotta dimensione quantitativa (poco più di un centinaio i dischi che hanno lasciato il segno), la canzone balneare ha giocato un ruolo di primo piano nel rappresentare l'Italia del benessere, legata com'è a narrazioni altrettanto centrali nella simbologia dei “favolosi sixties” come la vacanza di massa, la scoperta del corpo, i balli stagionali, la musica portatile (juke-box, mangiadischi, radio a transistor), i film usa-e-getta costruiti su motivi e personaggi di successo. Tutto il decennio può essere riletto alla luce di queste canzoni, molte delle quali entrate di diritto nel serbatoio dei “sempreverdi” grazie a vendite di centinaia di migliaia di copie e alla loro costante riproposizione nei canali e nei circuiti del revival. Gli anni Sessanta hanno celebrato più di ogni altro periodo il formato del disco singolo a 45 giri e la canzone balneare ne fornisce un esempio perfetto, con copertine in tema che ne amplificano il messaggio di evasione e libertà; messaggio, peraltro, dalla natura effimera in quanto contiene in sé le ragioni della propria caducità: il riferimento al tempo, ovvero l'estate, destinata a finire sfociando nell'autunno, la stagione delle foglie morte, giusto per restare in tema.

---

*Neapolitan Musicians in New York*, New York, Palgrave Macmillan, 2014; PLASTINO, Goffredo, SCIORRA, Joseph (eds.), *Neapolitan Postcards: the Canzone napoletana as transnational subject*, Lanham-Boulder-New York, Rowman & Littlefield, 2016; HAWORTH, Rachel, *The Many Meanings of Mina. Popular Music Stardom in Post-War Italy*, Bristol, Intellect, 2021.

<sup>2</sup> La IASPM, creata nel 1981, ha visto fin dall'inizio una sparuta partecipazione italiana, capitanata da Franco Fabbri, che ha reclutato appassionati e critici poi persi per strada e rimpiazzati nel corso degli anni da altri volenterosi free-lance. Solo negli ultimi vent'anni il campo di studi è stato riconosciuto come sottosezione dell'Etnomusicologia (L-Art/8), il che ha consentito la creazione di (rarissime) cattedre, mentre l'istituzione dell'ASN ha permesso a molti giovani studiosi di essere abilitati all'insegnamento.

<sup>3</sup> Enzo Gentile è il solo ad aver affrontato sistematicamente l'argomento in GENTILE, Enzo, *Legata a un granello di sabbia. Storie e amori, costume e società nelle canzoni italiane dell'estate*, Milano, Melampo, 2005 e nel più recente *Onda su onda. Storie e canzoni nell'estate degli italiani*, Zolfo, Mi, 2021. Per il resto, il tema è appena accennato in alcune storie ed enciclopedie della canzone come puro epifenomeno di una stagione fortunata, ma poco significativo sul piano dell'innovazione del linguaggio. Cfr. LIPERI, Felice, *Ribelli e ostinati. Voci e suoni del '68*, Manifesto Libri, Roma 2018; SALVATORI, Dario, «Le canzoni dell'estate», in CASTALDO, Gino (a cura di), *Dizionario della Canzone Italiana*, vol.1, Roma, Curcio, 1991, pp. 779-781.

<sup>4</sup> Uso volutamente “filone” e “sottogenere” come sinonimi, dal momento che quello balneare non può definirsi “genere” in senso stretto, per come la definizione di “genere” è stata acquisita nei popular music studies. La letteratura in merito è sterminata; per un primo approccio cfr. FABBRI, Franco, «Tipi, categorie, generi musicali. Serve una teoria»? in *Musica / Realtà*, 82, 2007, pp. 71-86.

## 1. Nascita di un filone

Sanremo 1961, ultimi preparativi per l'undicesima edizione del Festival della Canzone Italiana. Sono in corso le audizioni per selezionare i motivi che prenderanno parte alla gara e fra gli esclusi figura un brano (*Legata a un granello di sabbia*) composto da Nico Fidenco ma presentato in forma di provino da Jenny Luna, in quanto l'autore si trova negli Stati Uniti dove gli è stato assegnato un premio per le canzoni inserite nel film *Il mondo di Suzie Wong*. Il ventottenne Domenico Colarossi (vero nome dell'artista) era appena salito alla ribalta grazie al cinema: Citto Maselli, su consiglio di Vincenzo Micocci (primo storico produttore della RCA italiana), aveva inserito l'inedita *What a Sky* (musica di Giovanni Fusco) nella colonna sonora de *I delfini* (1960) con la voce dell'esordiente Fidenco, già in forza alla casa discografica romana in qualità di autore, che aveva sbaragliato la concorrenza di un altrettanto sconosciuto Little Tony. Quando Fidenco volò in America, quel disco era primo in classifica e ci rimase per quattro settimane, seguito a ruota da *Il mondo di Suzie Wong* (dal film omonimo) che a fine anno (1961) risultò il secondo singolo in assoluto. Verosimilmente ubriacato dall'improvviso successo, il cantautore romano non aveva dato importanza a quel provino sanremese, ma i discografici avevano visto giusto e riproposero *Legata a un granello di sabbia* – questa volta con la voce dell'autore – a ridosso della stagione estiva. Fu una fortuna – ricorda lo stesso Fidenco<sup>5</sup> – perché dopo aver infranto la barriera dei tre minuti imposta per consuetudine dai juke-box (il brano ha una durata di 4' e 30"), la canzone diventò in breve un tormentone arrivando a vendere un milione e mezzo di copie entro l'anno. Era la prima volta che un 45 giri in Italia superava la soglia del milione. Il disco entrò in classifica il 6 maggio 1961 al n.9 e poche settimane dopo (il 24 giugno) svettava al primo posto stazionandovi tredici settimane consecutive, fino al 16 settembre. Solo a fine ottobre avrebbe lasciato i Top Ten, chiudendo l'annata al terzo posto, in totale solitudine perché nessuno dei brani concorrenti aveva come tema la vacanza balneare<sup>6</sup>.

Al di là dei piazzamenti, la canzone verrà ricordata per due motivi: anzitutto è il primo disco lanciato in estate. Fino a quel momento, infatti, l'estate era considerata una stagione morta per la discografia, che viveva di rendita su Sanremo fino alla ripresa autunnale. In secondo luogo, inaugura ufficialmente il filone delle canzoni balneari, forte di un arrangiamento firmato dall'eccellente Luis Bacalov<sup>7</sup>, argentino trapiantato trentenne alla RCA, che ammantava di suoni

---

<sup>5</sup> Intervista rilasciata alla Radio della Svizzera Italiana nel programma *Voi che sapete*, con Claudio Farinone, Giovanni Conti e Paolo Prato, puntata del 18 giugno 2021, URL: < <https://www.rsi.ch/rete-due/programmi/cultura/voi-che-sapete/La-canzone-balneare-compie-60-anni-14083603.html?f=podcast-shows> > [consultato il 15 gennaio 2023].

<sup>6</sup> Il 1961 fu un anno irripetibile per Fidenco, che piazzò sei dischi nei primi cento occupando la seconda e terza posizione dietro *Nata per me* di Celentano (fonte: Hit Parade Italia).

<sup>7</sup> Luis Bacalov è stato una delle eminenze grigie che hanno modernizzato la canzone italiana nei primi anni

orchestrali e coro misto il classico giro di do con una ritmica latineggiante appena accennata; quanto basta a farne un ballabile moderato. L'introduzione è da manuale: una scala discendente affidata agli archi che chiudono su una nota tenuta su cui entra la voce per un breve recitativo, preludio all'inizio vero e proprio quando il brano acquista ritmo con l'aggiunta di una chitarra elettrica che esegue un breve e pregnante tema, mentre gli archi dispiegano ampie volute rafforzati da un coro imponente a segnalare autorevolezza e romanticismo. Verso la fine il ritornello è ripreso da celesta e chitarra prima che la voce moduli al grado superiore. Ci sono tutti gli ingredienti – e persino qualche optional di lusso – per farne una *teenage symphony* (così erano chiamate le innovative canzoni prodotte da Phil Spector negli stessi anni) in grado di lasciare il segno e accelerare una tendenza ormai matura ma ancora inespressa.

Qualche precedente c'era stato, a dire il vero, a partire da *Tipi da spiaggia* lanciata da Johnny Dorelli nel film omonimo (regia di Mario Mattoli, 1959) che anticipa la moda dei musicarelli e dei film turistici che reclamizzano località balneari (nello specifico, Taormina), l'amara *Estate* (1960) di Bruno Martino, destinata a diventare uno standard del jazz e *Love in Portofino*, che ancora con Dorelli raggiunge i Top 20 nello stesso anno superando la versione originale del suo autore, Fred Buscaglione<sup>8</sup>. Il tema balneare, tuttavia, fa la sua comparsa paradossalmente non in rapporto al sole ma alla luna: le canzoni sulla luna, gettonatissime negli anni della conquista dello spazio, fanno infatti da apripista al filone balneare anche perché mare, spiagge e cielo sono tra le parole più ricorrenti<sup>9</sup>. Omaggiata fin dai tempi di Rossini («già la luna è in mezzo al mare, mamma mia si salterà», *La Danza*), nell'epoca d'oro della canzone napoletana («Quanno sponta la luna a Marechiaro pure li pisce nce fanno l'ammore», *Marechiaro*), fra le due guerre (*Venezia, la luna e tu*, *Luna marinara*) e negli anni Cinquanta (*Luna rossa*, *Luna caprese*) ma prima di tutto in ambito classico (la *Sonata al Chiaro di luna* di Beethoven), l'astro d'argento è al centro di quella retorica romantica che verrà presto monopolizzata dal sole. Canzoni di successo come *Tintarella di luna* («Abbronzate tutte chiazze, pellirosse un po' paonazze, son le ragazze che prendono il sol, ma ce n'è una che prende la luna», Mina), *La luna è un'altra luna* (incisa da vari cantanti fra cui Johnny Dorelli, Natalino Otto, Gino Latilla e Giacomo Rondinella) – entrambe del 1959 – e *Guarda che luna* (Fred Buscaglione, 1960) sembrano preludere a temi balneari ma è Modugno, con *Notte di luna*

---

Sessanta. La sua competenza di musicista e pianista classico gli ha consentito di escogitare soluzioni timbriche, ritmiche e armoniche del tutto inedite nel panorama leggero. Prima alla Fonit Cetra e poi in pianta stabile alla RCA, Bacalov ha firmato arrangiamenti di grandi successi come *Era d'estate* e *Io che amo solo te* per Sergio Endrigo, *Il mio mondo* per Umberto Bindi, *Cuore* per Rita Pavone e *Fatti mandare dalla mamma a prendere il latte* (di cui è anche autore delle musiche) per Gianni Morandi.

<sup>8</sup> Quest'ultima è una classica canzone-cartolina, designata a promuovere una località tra le preferite dal turismo internazionale attraverso l'uso di cliché romantici e frasi in lingua inglese. Sul concetto di canzone-cartolina mi permetto di rinviare al mio *The Good, the Bad, and the Ugly: Transatlantic Stereotypes 1880s-1950s*, in PLASTINO, Goffredo, SCIORRA, Joseph, cit., pp. 185-210.

<sup>9</sup> Cfr. il capitolo "La luna in stereo" nel libro di ADINOLFI, Francesco, *Mondo esotica: suoni, visioni e manie della Generazione Cocktail*, Torino, Einaudi, 2000.

*calante* (1961), ad anticipare il tema dell'effimero, ovvero l'estate come momento destinato a finire e portarsi via le emozioni vissute in vacanza: «lungo le spiagge deserte, a piedi nudi con me, notte di luna calante, ultima notte d'amor [...] quando l'autunno ritornerà nulla di noi resterà».

## 2. Un anno dopo l'altro

L'estate del 1961, come già detto, scorre sotto il segno di Nico Fidenco, ma si fa notare anche un altro cantautore, Umberto Bindi, la cui *Riviera* scala la terza posizione. Il 1962 è l'anno del twist, che dà il via alla moda dei balli estivi: saranno uno o anche più per stagione. Le canzoni balneari più gettonate sono *St. Tropez twist* (Peppino Di Capri), che raggiunge il n.2 a giugno (sarà il decimo disco dell'anno), *Sole magico di luglio* (Gianni Meccia) e *Cuando calienta el sol*, prototipo del lento da mattonella e uno dei pochi motivi stranieri entrati nel canzoniere estivo, prima nella versione originale dei cubani Los Hermanos Rigual, poi con la cover dei Marcellos Ferial. Il 18 agosto questa canzone raggiunge la vetta della classifica e a fine anno risulterà il sesto disco più venduto. Infine, le due canzoni di Edoardo Vianello (su testo di Carlo Rossi) che lanciano la carriera dell'artista balneare per eccellenza: *Pinne fucile ed occhiali*, n.6 a settembre, e *Guarda come dondolo* al n.8, quest'ultima – un twist – inserita nella colonna sonora de *Il Sorpasso*, film balneare per antonomasia (non è solo quello, beninteso) che rappresenta la spiaggia come terreno di conquiste, pista da ballo, luogo di trasgressione e al tempo stesso di riproduzione della vita domestica, con i suoi tic e tabù.

Quell'anno debutta il *Cantagiorno*, carovana canora che attraversa lo Stivale proponendo una gara fra cantanti giudicati da giurie popolari. È un'iniziativa senza precedenti, se si esclude il Carro di Tespi di epoca fascista, che portava il meglio della lirica in paesi e contrade: le più richieste ugone del momento girano il Bel Paese tappa dopo tappa sul modello della gara ciclistica a cui la manifestazione s'ispira. Va da sé che il tour tocca molte località turistiche innescando un meccanismo virtuoso che alimenta la voglia di canzoni e di vacanza. Il 1963 è l'anno di *Stessa spiaggia, stesso mare*, che nella versione di Mina entra in classifica l'8 giugno al n.11 e sale al n.5, insidiata due mesi dopo dall'originale di Piero Focaccia, ferma al n.8. Ancora meglio fanno *Abbronzatissima* di Edoardo Vianello, al n.3 (sette milioni di dischi venduti, due film omonimi) e *Sapore di sale* di Gino Paoli al n. 2, a riprova che il repertorio non è solo terreno per le *one hit wonders* ma si confà anche alla canzone d'autore. E se Vianello replica con un altro ballo importato che farà epoca (*I Watussi*, al n.5), i Marcellos Ferial centrano di nuovo la Top Ten con *Cuando brilla la luna*, sequel della cover precedente, che si piazza al n.7. Non entrano in classifica ma meritano la menzione *La ragazza dell'ombrellone accanto* di Mina (l'anno dopo sarà Emilio Pericoli a cantare i *Vicini d'ombrellone*), *Follie d'estate* di Fausto Leali e *Bikini di visone*, dall'atmosfera cocktail-lounge, firmato da Franco Godi, futuro re della musica per i "Caroselli". Il 1964 è forse l'anno più

miracolato del filone balneare. Tanto per cominciare, la RAI e le case discografiche riunite nell'AFI (Associazione Fonografici Italiani) lanciano *Un Disco per l'Estate*, un concorso per promuovere motivi da lanciare alla vigilia della stagione estiva e capitalizzare la voglia di canzoni che proprio il successo del repertorio balneare stava incrementando. Già alla prima edizione la manifestazione vede la partecipazione del meglio della canzone italiana, con interessanti novità. Ci sono artisti affermati (Nilla Pizzi, Carla Boni, Tony Dallara, Betty Curtis) e giovani promesse (Elio Cipri – padre della cantante Syria – Gian Costello, Fred Bongusto, Tony Del Monaco). Il concorso si articola in due fasi: la prima va in onda dal 20 aprile al 13 giugno e prevede il passaggio radiofonico di tutti i motivi in gara (nella prima edizione sono 42) che devono essere scritti da autori italiani, essere inediti e, nei limiti del possibile, affrontare temi legati all'estate. I radioascoltatori votano le canzoni preferite, scegliendone una per ogni terna. Per la seconda fase la manifestazione si sposta in televisione con tre serate in diretta dal Salone del Casino de la Vallée di Saint Vincent (dal 18 al 20 giugno). Nel frattempo, molti brani sono già diventati dei successi. Tutte le canzoni in gara tornano alla radio ogni giorno da fine giugno a fine settembre nel programma *Vetrina di un disco per l'estate* e il 24 ottobre si torna a Saint Vincent dove Pippo Baudo ed Enzo Tortora proclamano la canzone vincitrice: *Sei diventata nera* dei Marcellos Ferial, “il disco per l'estate” che a luglio aveva scalato la quinta posizione della Hit Parade e che ratifica il premio come tormentone dell'anno. L'abbronzatura è argomento anche di *Sei come una lucertola* che Jo Fedeli porta al n.14, mentre Nico Fidenco ritorna al successo con una canzone a ritmo di surf, il ballo dell'estate. La sua *Con te sulla spiaggia* vola al n.5 nel mese di giugno e traina un vasto numero di brani nella stessa scia<sup>10</sup>. Paolo Mosca vince il *Cantagiorno* nella sezione riservata agli esordienti con *La voglia dell'estate*, che raggiunge il n.11, mentre Gianni Meccia omaggia *La cabina* («dietro la mia cabina, vedo due gambe al sole, sul corpo c'è un bikini, sul viso un giornale») con l'arrangiamento di Morricone. Altri successi del 1964 esplorano il lato malinconico ed effimero della stagione: Fred Bongusto con *Una rotonda sul mare* (n.8 e destinato a diventare un classico del decennio), Mina con *Un buco nella sabbia* (n.10), Sergio Endrigo con *Era d'estate* (n.15) e Little Tony con *La fine di agosto* (n.26). Nel 1965 Peppino Gagliardi paragona l'amata a un *Frutto di mare* e Nico Fidenco gli occhi di lei a una *Goccia di mare*, mentre Edoardo Vianello torna a ironizzare sugli eccessi dell'abbronzatura - *Il peperone* (n.16). Il ballo novità (*Danza di Zorba* a parte, difficilmente inscrivibile nei balli dell'estate) è firmato da Dino che porta *Il ballo della bussola* al n.6 anche grazie all'arrangiamento di Ennio Morricone. Gli ultimi scampoli del decennio vedono il repertorio in forte ascesa, con quattro dischi in cima alle classifiche: *Notte di Ferragosto* nel 1966, *Nel sole* nel 1967, *Azzurro* e *Luglio* nel

---

<sup>10</sup> Tra questi: *La tremarella* (Edoardo Vianello), *L'esercito del surf* (Catherine Spaak), *Topless* (I Bagnini), *Il surf della camomilla* (Paola Pitagora), *Il surf delle mattonelle* (La Cricca), *Boom boom...surf* (Peppino Di Capri), *La piroga* (I Flippers), Rita Pavone (*Datemi un martello*, cover di *Si j'avais un marteau* popolarizzata dal sestetto del Madagascar Les Surfs, a sua volta rielaborazione della canzone politica *If I Had A Hammer*, di Pete Seeger).

1968. È Morandi a svettare nelle settimane più calde del 1966 (primo per cinque settimane) dopo l'ingresso nei Top Ten a inizio luglio. La sua *Notte di Ferragosto*, vincitrice del *Cantagiuro*, risulterà la n.7 alla fine di un anno che vede il debutto dei Pooh con *Bikini beat*, il ritorno di un sofisticato crooner come Bruno Martino con *E la chiamano estate* e la (seconda) vittoria di Mariolino Barberis nel girone B del *Cantagiuro* con *Spiagge d'argento*. Al Bano farà anche meglio con *Nel sole*, quarto disco di un 1967 che applaude anche una cover francese, *Estate senza te (J'ai entendu la mer)*, incisa dal suo stesso autore, Christophe. Il 1968 segna con *Azzurro* l'apoteosi del filone premiando in un sol colpo la maestria dell'autore (Paolo Conte) e la naturalezza dell'interprete (Adriano Celentano) fusi in una miscela che produce la canzone "anti-balneare" per eccellenza, oltre che disco dell'anno<sup>11</sup>. Ma quella del 1968 è anche l'estate di Riccardo Del Turco che con *Luglio* vince il *Disco per l'Estate* e di Franco IV e Franco I con un altro brano destinato a finire nello scrigno dei sempreverdi: *Ho scritto t'amo sulla sabbia* (n.2). Infine, una menzione per Louiselle, che torna al successo dopo quattro anni con *La scogliera*, e Bruno Martino con un altro accattivante slow dal titolo *Cerco un amore per l'estate*<sup>12</sup>. La tematica vacanziera è d'attualità anche l'anno successivo, quando Al Bano trionfa al *Disco per l'Estate* con *Pensando a te* («questo sole non mi riscalda più/nella mente ho il freddo di un addio») dopo aver raggiunto la seconda posizione nella Hit Parade e favorito il debutto discografico di Romina Power con la delicata *Acqua di mare* (n.4 e ventesimo disco dell'anno). Franco IV e Franco I ci riprovano con *Sole*, al n.6; Bobby Solo paragona la spiaggia a "un girarrosto" in *Domenica d'agosto*, Herbert Pagani colora di esotico la voglia d'estate con *Ahi le Hawaii e il Ballo di Simone* (n.9, cover di *Simon Says* dei 1910 Fruitgum Company, incisa da Giuliano e i Notturmi) chiude definitivamente la stagione dei balli abbassando la saracinesca sul filone balneare. Nel 1970 nessuna canzone a tema estivo compare negli Hot 100 e bisognerà aspettare i primi anni Ottanta per assistere a un timido revival (*Un'estate al mare, Vamos a la playa*) che tuttavia non lascerà il segno<sup>13</sup>.

Stiamo parlando di un numero esiguo di titoli: un centinaio quelli che ebbero successo, solo una trentina quelli entrati nella Hit Parade. Ma sufficienti per indicare una tendenza all'interno del più ampio panorama della canzone di massa e alimentare il desiderio di vacanza anche grazie alla incessante copertura mediatica. Molte di queste canzoni dominarono le classifiche durante i mesi estivi e alcune si rivelarono le più vendute a fine anno. Si tratta di un sottogenere distinto

<sup>11</sup> CANESSA, Fabio, *Azzurro. Conte, Celentano, un pomeriggio...*, Roma, Donzelli, 2008.

<sup>12</sup> Louiselle aveva esordito nel 1964 con *Andiamo a mietere il grano*, canzone la cui retorica bucolica fece inorridire i fautori del nascente folk-revival che in quello stesso anno portavano al *Festival dei Due Mondi* di Spoleto lo spettacolo *Bella Ciao* con tutta la carica di "autenticità" associata a tradizioni orali contadine sul punto di scomparire. Sul dibattito acceso attorno al folk revival negli anni Sessanta e Settanta si veda PLASTINO, Goffredo (a cura di), *La musica folk. Storie, protagonisti e documenti del revival in Italia*, Milano, Il Saggiatore, 2016.

<sup>13</sup> Val la pena citare la parodia degli Skiantos la cui *Canzone per l'estate (Un milione di copie già vendute)* – nell'album *Ti spalmo la crema* (1984) – confermerebbe la tesi di Marx secondo cui quando la Storia si ripete, lo fa in forma di farsa...

esclusivamente per quel che riguarda i testi, che fanno riferimento all'estate e ai suoi simboli: il sole, il mare, la sabbia, il pattino, gli ombrelloni, il bikini, le onde, la spiaggia come palcoscenico di avventure destinate a esaurirsi a fine stagione; amori effimeri o, al contrario, euforia, voglia di ballare, di tuffarsi. Fra i temi ricorrenti spicca la tintarella, immortalata da motivi che la descrivono spesso attraverso un registro ironico: «C'è il tipo stanco che arriva bianco/E dopo un poco è rosso fuoco» (*Tipi da spiaggia*), «Dal sole che scotta/Ti lasci bruciar/Sul naso e sulle spalle/Sei pelata che matta» (*Sei diventata nera*), «Sei come una lucertola/tutto il giorno al sole sulla sabbia che brucia/nell'odore del mar» (*Sei come una lucertola*), «Quando il viso tuo nerissimo/Tornerà di nuovo pallido/Questi giorni in riva al mar/Non potrò dimenticar» (*Abbronzatissima*)<sup>14</sup>. Quello della tintarella è un segno tangibile delle vacanze per tutti e porta su di sé il sigillo della modernità, promossa da un'industria dei cosmetici alle prime armi (da noi) che seppe conquistare il pubblico anche grazie ad azzeccate campagne pubblicitarie, come quella dell'americana Coppertone veicolata da una bimba di tre anni («abbronzatevi, non bruciatevi!») che più tardi scopriremo chiamarsi Jodie Foster. Considerata sconveniente dalle classi più abbienti, che l'associavano a stili di vita popolari e al sole preferivano cabine oscuranti e abiti coprenti, l'abbronzatura diventa improvvisamente un'ossessione, che le canzoni intercettano con piglio divertito e contribuiscono a promuovere.

Le canzoni balneari danno voce a quella – per quanto morigerata – liberazione del corpo che gli anni Sessanta elevano a tendenza epocale: i balli sfrenati, le coreografie folli, i flirt lontano dagli sguardi adulti, l'idiozia permessa, anzi, promossa a stile di vita in quanto di breve durata. L'estate come metafora di un tempo (un'età della vita?) felice («Era d'estate e tu eri con me, ora per ora vivevamo giorni e notti felici senza domani»). Poi arriva l'autunno e «senza un sorriso si spegneva l'estate negli occhi suoi» (*Era d'estate*). La canzone alimenta il senso di malinconia e disillusione: «odio l'estate, quel sole che ci donava splendidi tramonti adesso brucia solo con furor» (*Estate*); «ma l'estate cos'è se t'illude e poi fa soffrire così d'amore» (*Acqua di mare*); «ero solo quella, l'avventura che dura pochi giorni, la ragazza che passa con l'estate» (*La ragazza dell'ombrellone accanto*); «lo so verrà la fine di agosto e tu dovrai così lasciar questa spiaggia e ritornerai dagli amici tuoi e di me ti scorderai» (*La fine di agosto*). L'estate, dunque, come festa continua ma a tempo, perché poi tutto torna come prima, come la Quaresima dopo il Carnevale.

La musica di queste canzoni è nel solco di quel *mainstream pop* d'ispirazione angloamericana che a fine anni Cinquanta impattava sul repertorio domestico aggiornandolo con nuove sonorità e nuovi ritmi, senza tuttavia rompere col passato sul piano melodico e armonico. In considerazione dell'utilizzo prevalente che si faceva delle canzoni, ovvero quello di prestarsi al ballo prima ancora che all'ascolto, il campo può essere suddiviso in due grandi categorie: lenti e veloci. Erano

<sup>14</sup> Per una veloce panoramica sui testi Cfr. COVERI, Lorenzo, «Tutti al mare. Sessanta anni di canzoni per l'estate», in *Andersen*, 394, 6/2022, pp. 31-33.

questi ultimi a segnare l'avvicinarsi delle stagioni, dal momento che ogni anno – più o meno in coincidenza con l'inizio dell'estate – arrivava un nuovo ballo importato per lo più dagli Stati Uniti. A fine decennio se ne conteranno una trentina, diversi tra loro per piccole trovate coreografiche ma sul piano musicale tutte filiazioni del rock and roll. Solo twist, hully-gully e limbo sopravviveranno nel calderone dei sempreverdi. L'origine di questi balli, che attecchivano in modo del tutto naturale presso un pubblico avido di novità straniere, era un'occasione per familiarizzare con luoghi mitizzati dai rotocalchi (*St.Tropez*) o curiosità esotiche (*Bikini e tamurè*, il ballo importato dalla Polinesia). Per queste canzoni è stato utilizzato, forse per la prima volta, il termine “tormentone” in riferimento alla loro presenza costante – ai limiti dell'ossessivo – nel paesaggio sonoro. Il termine, in seguito, verrà affibbiato a canzoni di ogni tipo ma prevalentemente ai successi stagionali. Il tormentone è la quintessenza della popular music: l'ascoltatore desidera sempre la stessa pappa, scriveva Adorno secondo cui “piacere equivale a riconoscere”, ovvero il gusto si forma grazie alla incessante ripetizione<sup>15</sup>. Dunque, attraverso la ripetizione si crea quel bisogno che spinge al consumo (radiofonico, televisivo) e all'acquisto (dischi, juke-box). La ripetizione è fonte di piacere nell'infante e la musica la esalta innescando un meccanismo regressivo<sup>16</sup>. Lacoue-Labarthe ha analizzato il significato profondo del fenomeno dell'aria che ti passa per la testa o che ci ritorna in mente, di cui non ci si riesce a sbarazzare. Un fenomeno che si apparenta con la percezione di un'eco interiore dal carattere ossessivo e si lega ai molti fenomeni di reminiscenza musicale descritti dalla letteratura psicanalitica<sup>17</sup>. Il ricorso alla psicanalisi è probabilmente sproporzionato al fine di indagare il tormentone estivo, risultato in primo luogo di una strategia di marketing che incrocia i gusti del momento a loro volta plasmati da specifiche condizioni materiali, storiche e tecnologiche. Tuttavia, è innegabile che l'esposizione a quelle canzoni produca assuefazione e si trasformi dunque in apprezzamento.

Nell'allargare lo sguardo meritano un cenno, infine, le copertine dei dischi, spesso centrate su “tipe da spiaggia”: una o più belle ragazze possibilmente in bikini che definiscono la tipologia iconografica del genere. Come scrivono Catelli e Ceri:

La presenza maschile è un optional, spesso presentata di spalle, poco riconoscibile e di assoluto contorno, e persino il subacqueo protagonista di *Pinne, fucile ed occhiali* si trasforma,

---

<sup>15</sup> Cfr. ADORNO, Theodor W., *Introduzione alla sociologia della musica*, Torino, Einaudi, 1969.

<sup>16</sup> JANKÉLEVITCH, Vladimir, *La musica e l'ineffabile*, Napoli, Tempi moderni, 1985 [ed. or.: Paris, Editions Seuil, 1961].

<sup>17</sup> LACQUE-LABARTHE, Philippe, *La melodia ossessiva. Psicanalisi e musica*, Milano, Feltrinelli, 1980, p. 25. Cfr. anche ADORNO, Theodor W., *Sulla popular music*, Roma, Armando, 2004 (ed. or. 1940) che ha introdotto, stigmatizzandola, una visione della popular music come regressione infantile, fondata com'è sulla ripetizione di poche, semplici frasi e ritmi, precorrendo in qualche modo la nozione giornalistica di 'tormentone'.

nella copertina di quel fortunato 45 giri, in una avvenente bionda bardata di tutto punto per un'escursione sotto la superficie marina<sup>18</sup>.

Accanto a copertine che promuovono la località oggetto della canzone, alcune (*Un buco nella sabbia* di Mina, *Perché una luce* di Sergio [De Martino], futuro cantante dei Giganti) ritraggono un oggetto di culto, protagonista indiscusso su spiagge e lungomari: la fonovaligia portatile, poi sostituita dal più pratico mangiadischi.

### 3. Un format inedito

Sono almeno tre i fattori alla base del successo della canzone balneare, interagenti gli uni con gli altri: un fattore sociale, un fattore industriale e un fattore culturale. Il primo ha a che fare con il boom economico ed è la condizione *sine qua non*: gli italiani si ritrovano con più soldi in tasca da destinare al tempo libero e all'acquisto di beni voluttuari<sup>19</sup>. Il secondo riguarda i cambiamenti avvenuti nel *music business*, che dalla fine degli anni Cinquanta è trainato dall'industria discografica e non più da quella editoriale; il disco singolo a 45 giri, lanciato a fine decennio, è perfetto per i juke-box e i mangiadischi, che aggiungono la dimensione della mobilità al tradizionale giradischi e la spiaggia diventa uno dei luoghi prediletti su cui trasferire il dispositivo<sup>20</sup>. Infine, il boom delle vacanze, specie quelle che privilegiano il mare. Il pubblico, con cinquemila chilometri di coste balneabili a disposizione, recepisce in modo naturale il messaggio delle canzoni, che diventa un formidabile richiamo promozionale per la nascente industria del turismo<sup>21</sup>. Località come Capri, Ischia, Portofino, la Versilia aumentano il loro potere d'attrazione anche grazie all'azione dei media, cinema e canzone anzitutto<sup>22</sup>. Come scrive Anna Tonelli,

<sup>18</sup> *Tipi da spiaggia. L'iconografia balneare nelle copertine dei 45 giri italiani degli anni Sessanta*, mostra virtuale a cura di Roberto Catelli e Luciano Ceri realizzata per l'Istituto per i Beni Sonori e Audiovisivi, accessibile all'URL: < <http://www.icbsa.it/index.php?it/523/tipi-da-spiaggia> > [consultato il 15 gennaio 2023].

<sup>19</sup> Cfr. CRAINZ, Guido, *Storia del miracolo italiano. Culture, identità, trasformazioni fra anni cinquanta e sessanta*, Roma, Donzelli, 2005; SCARPELLINI, Emanuela, *Material Nation. A Consumer's History of Modern Italy*, Oxford, Oxford University Press, 2011; SANGIOVANNI, Andrea, *Specchi infiniti. Storia dei media in Italia dal dopoguerra a oggi*, Roma, Donzelli, 2021; PICCONE STELLA, Simonetta, *La prima generazione: ragazze e ragazzi nel miracolo economico italiano*, Milano, Franco Angeli, 1993.

<sup>20</sup> Cfr. LOCATELLI, Massimo, MOSCONI, Elena (a cura di), *Italian pop. Popular music e media negli anni cinquanta e sessanta*, Milano-Udine, Mimesis, 2021; PIAZZONI, Irene, *La musica leggera in Italia. Dal dopoguerra agli anni del boom*, Milano, L'Ornitorinco, 2011; PRATO, Paolo, *Suoni in scatola. Sociologia della musica registrata dal fonografo a Internet*, Milano, Costa & Nolan, 1999.

<sup>21</sup> Sulle vacanze di massa come orizzonte in grado di attrarre e riformulare nuovi comportamenti collettivi, nuove tecnologie del loisir, aspirazioni e desideri non solo delle giovani generazioni cfr. TONELLI, Anna, *Turismo e tempo libero*, in *Storia d'Italia, Annali 27, I consumi*, Torino, Einaudi, 2018, pp. 207-237; BATTILANI, Patrizia, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti; l'evoluzione del turismo europeo*, Bologna, Il Mulino, 2009.

<sup>22</sup> Cfr. PRATO, Paolo, «Un'isola di note (Capri e la canzone)», in *Capri Review*, 7, 1997, pp. 44-50.

Sull'onda dei dischi per l'estate come *Legata a un granello di sabbia* di Nico Fidenco o *Pinne, fucile ed occhiali* di Edoardo Vianello, o di immagini di film quali *Il sorpasso* o *L'ombrellone* di Dino Risi, si afferma un consumo che fonda un modello: le ferie per tutti. Le riviere, in particolare quella adriatica, accolgono famiglie che passano intere giornate in spiaggia, davanti a un mare che non desta preoccupazioni e su un litorale che propone giochi e passatempi anche per i più piccoli<sup>23</sup>.

Sono tempi in cui la voglia di musica monta come un fiume in piena: fra il 1958 – anno di svolta per la canzone<sup>24</sup> – e il 1964 le vendite dei dischi passano da 18 a 30 milioni (dieci anni prima erano un sesto: 5 milioni) e i juke-box, grandi diffusori pubblici di musica leggera, passano da 4 a 40 milioni. Entrambi, dischi a 45 giri e juke-box, fanno il loro esordio in coincidenza con i primi segnali del boom (il reddito nazionale, la motorizzazione di massa, gli elettrodomestici, ecc.) che preludono alla modernizzazione del Paese.

Le cifre di vendita erano di un altro sistema solare [...] con l'effetto che tante delle canzoni create per serpeggiare tra sdraio e ombrelloni, quando bandiera rossa indicava il pericolo di fare il bagno e la battaglia era una pista per il Giro d'Italia con le biglie colorate, sarebbero durate ben oltre l'abbronzatura e i flirt maturati sotto la tintarella di luna<sup>25</sup>.

Il cinema e i dischi – che proprio nel 1958 superano irreversibilmente le vendite di spartiti, quando durante tutto il Novecento era stata l'editoria il motore del music business – amplificano i nuovi bisogni, in larga parte mutuati dall'Occidente più avanzato. L'espansione dei consumi musicali, guidati dal formato singolo a 45 giri è impressionante lungo tutto il decennio e il filone balneare è sia una conseguenza sia uno dei fattori che la alimentano, rappresentando al meglio quel consumismo “partecipativo” che favorisce l'articolazione di nuove pratiche identitarie<sup>26</sup>.

La canzone balneare incontra anche quel desiderio di mobilità che gli italiani sperimentavano per la prima volta in modo autonomo: non più e non solo in treno, le vacanze e la possibilità di spostarsi da un luogo all'altro sono affidate alle automobili o agli scooter, per i percorsi più

---

<sup>23</sup> TONELLI, Anna, *op. cit.*, p. 226.

<sup>24</sup> Il 1958 è l'anno di Modugno, che con *Nel blu dipinto di blu* non solo trionfa al Festival di Sanremo segnando una frattura con una tradizione vecchia di mezzo secolo, ma conquista anche il premio Grammy istituito quell'anno. Il biennio 1958-59 vede anche il debutto discografico di Mina e Celentano e di altri artisti che daranno il via ad altrettanti influenti filoni della popular music italiana: dai rocker milanesi (Giorgio Gaber, Enzo Jannacci) ai Cantacronache torinesi, dagli urlatori (Tony Dallara, Peppino Di Capri) ai cantautori della scuola genovese (Umberto Bindi, Gino Paoli). Cfr. PRATO, Paolo, *Gli urlatori e la generazione del rumore: note per una sociologia della canzone*, in PESTALOZZA, Luigi, FABBRIO, Franco (a cura di), *Mina. Una forza incantatrice*, Milano, Euresis, 1998, pp. 138-150. Anche la canzone balneare fa la sua prima apparizione a fine decennio, con *Tipi da spiaggia* di Johnny Dorelli (1959), come già accennato.

<sup>25</sup> GENTILE, Enzo, *Onda su onda*, cit. p. 20.

<sup>26</sup> Cfr. CAPUZZO, Paolo (a cura di), *Genere, generazioni e consumi, L'Italia degli anni Sessanta*, Carocci, Roma 2003.

brevi<sup>27</sup>. «Andavo a cento all'ora per veder la bimba mia», cantava un imberbe Morandi mentre la FIAT sfornava milioni di utilitarie per le famiglie dei lavoratori. Scrive Anna Tonelli:

Le località balneari, e in minor misura quelle montane ancora sinonimo di vacanza più dispendiosa, diventano accessibili anche a famiglie impiegate e operaie. L'introduzione delle ferie pagate sul modello dei più moderni Paesi europei, rappresenta la molla che incentiva la realizzazione di un rito finora precluso. Sull'onda dei dischi per l'estate come *Legata a un granello di sabbia* di Nico Fidenco o *Con le pinne, il fucile e gli occhiali* di Edoardo Vianello, o di immagini di film quali *Il sorpasso* o *L'ombrellone* di Dino Risi, si afferma un consumo che fonda un modello: le ferie per tutti. Le riviere, in particolare quella adriatica, accolgono famiglie che passano intere giornate in spiaggia, davanti a un mare che non desta preoccupazioni e su un litorale che propone giochi e passatempi anche per i più piccoli<sup>28</sup>.

Vacanze, spiagge, movimento e musica: la canzone si muove sulla scia del cinema popolare, che solo pochi anni prima aveva inaugurato il filone turistico (*Souvenir d'Italie* di Antonio Pietrangeli, 1956; *Racconti d'estate* di Gianni Franciolini, 1958; *Vacanze a Ischia* di Mario Camerini, 1959) allo scopo di promuovere località del Bel Paese contribuendo così alla mobilitazione degli italiani verso i luoghi di villeggiatura<sup>29</sup>. In quei film, antesignani dei musicarelli nella loro natura spiccatamente mercantile, le canzoni avevano già una loro collocazione. Ma è a partire dal 1961 che si crea un sottogenere a sé stante, a sua volta in grado di dare un nuovo impulso al film turistico inaugurato da *Tipi da spiaggia* (1958)<sup>30</sup>. Si vedano titoli come *Pesci d'oro e bikini d'argento* di Carlo Veo (1961), con Peppino Di Capri, Nico Fidenco, Guidone e Little Tony; *Appuntamento in Riviera* di Mario Mattoli (1962) con Mina e Tony Renis; *Diciottenni al sole* di Camillo Mastrocinque (1962), con Catherine Spaak e musiche di Ennio Morricone; *Canzoni in bikini*, di Giuseppe Vari (1963), con Jo Fedeli, Miranda Martino e Gianni Meccia; *L'ombrellone* di Dino Risi (1965), la cui colonna sonora si avvale di venticinque canzoni dell'epoca fra cui molte a tematica balneare. Sono una quarantina le pellicole girate fra il 1957 e il 1965 che, nell'approccio paternalistico in cui i conflitti fra 'giovani' e 'matusa' vengono alla fine sanati, promuovono il musicarello a "genere intergenerazionale" per eccellenza<sup>31</sup>.

<sup>27</sup> Sul tema della mobilità cfr. anche CASSAMAGNAGHI, Silvia, *Le forme della mobilità*, in *Storia d'Italia*, Annali 27, *I consumi*, Torino, Einaudi, 2018, pp. 238-263.

<sup>28</sup> TONELLI, Anna, *op. cit.*, p. 226.

<sup>29</sup> Cfr. VITELLA, Federico, «Vacanze a Ischia. Cinema, turismo di massa e promozione del territorio», in *Comunicazioni sociali*, 2/2013, pp. 259-268.

<sup>30</sup> CURI, Giandomenico, *Canzoni al sole (cinema balneare italiano)*, in ID., *I frenetici. L'enciclopedia dei film che hanno inventato i giovani*, vol.1, Roma, Arcana, 2002, pp. 531-532.

<sup>31</sup> BISONI, Claudio, *Cinema, sorrisi e canzoni. Il film musicale italiano degli anni sessanta*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2020, p. 161. Cfr. anche DELLA CASA, Steve, MANERA, Paolo, *Il professor Matusa e i suoi hippies. Cinema e musica in Italia negli anni '60*, Acireale-Roma, Bonanno, 2011.

La vacanza, lungi dall'essere confinata nel novero delle attività marginali, diventa la cornice ideale per raccontare l'evoluzione dell'Italia e degli italiani usciti dalla guerra. «Il genere vacanziero che si afferma ai botteghini proprio negli anni del miracolo non fa altro che canonizzare nella formula narrativa e nell'impianto iconografico la conquista dell'estate da parte degli italiani»<sup>32</sup>.

Il successo del filone balneare è reso possibile anche grazie a condizioni irripetibili sul versante delle comunicazioni di massa: un immaginario nutrito da una cultura di flusso rappresentata dal monopolio radiotelevisivo e una cultura di prodotti fatta di quotidiani e periodici che aveva la funzione di potenziarlo<sup>33</sup>. Una sorta di “pensiero unico”, un serbatoio al quale abbeverarsi nel tempo libero che diventava sempre più libero man mano che si scoprivano attitudini ed energie impensate, convogliate su attività superflue e per questo più attraenti anche perché amplificate dalla mitologia del divismo e dalla nascente cultura del *glamour*. Solo così si spiegano i numeri eccezionali riferiti alle vendite e agli ascolti, mai più lontanamente sfiorati in era digitale quando quell'immaginario non può più fare riferimento a una cultura pubblica condivisa ma è frammentato in cento rivoli quasi fossero altrettanti pezzi della stessa società, assai poco comunicanti tra di loro.<sup>34</sup>

Nelle parole di un protagonista:

La *Rotonda sul mare* ebbe tanto successo perché c'era qualcosa nell'aria. Mi ricordo che al mare, in Versilia, erano tutti innamorati. Amori felici, amori tristi, amori che finivano alle cinque di mattina nei pianti e nelle lacrime. Ed è per questo che la canzone divenne l'inno degli innamorati<sup>35</sup>.

“Il nostro disco che suona”, sussurra la voce di Fred Bongusto dando a intendere che a suonarlo sia verosimilmente un juke-box. Fra le varie modalità di diffusione della musica riprodotta disponibili all'epoca, il juke-box – che dal 1958 al 1965 decuplica le proprie vendite – occupa un posto di primo piano nel veicolare e magnificare il repertorio balneare<sup>36</sup>. La triade “juke-box/spiaggia/canzoni” costituisce una delle icone più efficaci nel sintetizzare lo spirito

<sup>32</sup> ZINNI, Maurizio, «In viaggio verso il boom. Note su cinema e turismo in Italia tra ricostruzione e miracolo economico», in *Cinema e storia*, 5, 2016, pp. 125-135, p. 132.

<sup>33</sup> La distinzione tra cultura di flusso e cultura di prodotti è di FLICHY, Patrice, *L'industria dell'immaginario. Per un'analisi economica dei media*, Roma, RAI – ERI, 1983.

<sup>34</sup> Una fotografia attuale della musica pop vede l'offerta e il relativo consumo frammentato nei singoli media che ne veicolano i prodotti: ciò che attira utenti su Spotify è altra cosa dalle classifiche di Tik Tok, a loro volta distinte da quelle di Instagram e da Pandora, da Shazam e da Twitter. Cfr. *2022 Music Industry Trends & the Future of the Music Business - Chartmetric's 6MO Report*, URL: < <https://chartmetric.com/music-industry-trends/6mo-report> > [consultato il 23 agosto 2022].

<sup>35</sup> BONGUSTO, Fred, *Dalle rotonde ai nights, negli anni dell'amore*, cit. in VELTRONI, Walter, *Il sogno degli anni '60*, Roma, Savelli, 1981, p.67.

<sup>36</sup> Dai quattromila pezzi venduti del 1958 si passa ai quarantamila del 1965. TONELLI, Anna, *op. cit.* p. 224.

degli anni Sessanta visti sotto un'angolazione mitologica e consolatoria: un'immagine iperconnotata al pari delle lunghe code di cinquecento dirette verso il litorale o alla casalinga giuliva alla prese con la sua nuova lavatrice<sup>37</sup>.

E tuttavia si tratta di un'immagine in grado di catalizzare più fasce sociali, accomunate dal medesimo trasporto che già Proust provava verso le "canzonette", come scriveva Pier Paolo Pasolini: «Niente meglio delle canzonette ha il potere magico, abietamente poetico, di rievocare un 'tempo perduto'. Io sfido chiunque a rievocare il dopoguerra meglio di quel che possa fare *Stessa spiaggia stesso mare*»<sup>38</sup>. A lui faceva eco Alberto Arbasino:

L'estate scorsa si era in pochissimi, in confronto... quante volte abbiamo mangiato con Desideria qui vicino al juke-box... Non lo vedo più adesso, l'avranno rotto. Ma per più di un mese non abbiamo fatto altro che sentire quelle canzoni che ti sembrano meravigliose, meravigliose quando son nuove... Sempre le stesse due: un Mina, deliziosissimo, che si chiama *Folle banderuola*; e *A place in the sun*... te la ricordi<sup>39</sup>?

Il congegno che consente di trasformare un luogo pubblico (bar, stabilimento balneare) in una mini discoteca effimera è anche un importante agente di addestramento alla società dei consumi e ai suoi meccanismi di scelta<sup>40</sup>. I juke-box rappresentano la piattaforma tecnologica ed esperienziale tramite cui leggere i mutamenti<sup>41</sup>. Ma anche, più banalmente, regalare "due minuti di felicità" come scriveva Jean Baudrillard rilanciando - inconsapevolmente ? - lo slogan "la felicità costa un gettone" lanciato da Celentano nel film che inaugura la moda dei musicarelli (*I ragazzi del juke-box*)<sup>42</sup>.

## 4. Un contributo italiano originale

«La musica è per sua natura squisitamente invernale», scriveva negli anni Quaranta un intellettuale multiforme come Alberto Savinio, che così argomentava la sua affermazione:

---

<sup>37</sup> Cfr. ASQUER, Enrica, *La rivoluzione candida. Storia sociale della lavatrice in Italia (1945-1970)*, Roma, Carocci, 2007.

<sup>38</sup> PASOLINI, Pier Paolo, «Il fascino del juke box», in CALLIGARICH, Gianfranco (a cura di), «Cultura e Yé-yé. Quel che penso della canzone», in *Vie Nuove*, 42, 1964, p. 14.

<sup>39</sup> ARBASINO, Alberto, *Fratelli d'Italia*, in *Romanzi e racconti* vol. I, Milano, Mondadori, 2009, p. 685.

<sup>40</sup> PRATO, Paolo, «Il juke-box, ovvero Italian graffiti», in *Nuova Civiltà delle Macchine*, 3, 2011, pp. 115-124.

<sup>41</sup> GRIZZAFFI, Chiara, MOCCAGATTA, Rocco (a cura di), *Mino Guerrini. Storia di un arcitaliano*, Milano-Udine, Mimesis, 2021.

<sup>42</sup> BAUDRILLARD, Jean, *La società dei consumi*, Bologna, Il Mulino, 1976 [ed. or.: *La société de consommation*, Paris, Gallimard 1970].

Vogliamo dire la musica grave e con nobili materiali costruita: la musica che piace a noi: la musica come organizzazione e gioco mentale: la musica strumentale e polifonica. L'estate per parte sua è favorevole alle cicale e alla melodia: alla stupida e svariona melodia<sup>43</sup>.

Non a caso l'estate è la stagione più cantata in ogni canzoniere nazionale. *Summertime* di Gershwin è – dopo *Stille Nacht* – la canzone che svetta per numero di rifacimenti<sup>44</sup>; *La mer* di Charles Trenet è una delle *chanson* più conosciute al mondo anche grazie alla sua versione inglese, *Beyond the Sea*. Ma si tratta di singoli casi. Il nostro repertorio balneare degli anni Sessanta non ha eguali al mondo per come ha saputo rispecchiare uno stato d'animo (e contribuito a plasmarlo) ed esprimere in un paio di minuti sentimenti e pulsioni condivise da milioni di italiani. Scrive ancora Enzo Gentile:

con una formula fatta di sonorità e scelte lessicali in grado di definire un genere, di fotografare un'epoca, di fare scuola [...] in quelle canzoni scorreva lo spirito bonario e provinciale di chi canta l'aria che respira e non ha ancora alzato le vele alla ricerca del vento che tira<sup>45</sup>.

Si tratta perciò di un contributo originale alla popular music benché per nulla esportato nonostante proprio in quegli anni tutto ciò che odorava d'italiano – dal turismo al cinema, dall'alta moda alla canzone tout court – catturava attenzione fuori confine creando il mito moderno del Bel Paese<sup>46</sup>. L'originalità coincide con il cliché dell'autenticità:

la lusinga delle canzonette balneari – quelle da cantare tutti insieme, con la macchina che corre verso il mare negli anni del boom, transita per cenni e indizi sottilissimi, gli ancheggiamenti del twist e dell'hula-hoop, lo sbigottimento dei primi bikini, certe allusioni licenziose che da una spiaggia, da un juke-box raggiungono milioni di italiani catturati dal miraggio del mare, delle vacanze<sup>47</sup>.

---

<sup>43</sup> SAVINIO, Alberto, *Bach e il contrappunto*, in *Oggi*, 5 luglio 1941, poi incluso in ID., *Scatola sonora*, Torino, Einaudi, 1977, p. 20.

<sup>44</sup> Cfr. *Second hand songs*, URL: < <https://secondhandsongs.com/statistics> > [consultato il 27 settembre 2022].

<sup>45</sup> GENTILE, Enzo, *op. cit.* p. 25.

<sup>46</sup> La canzone italiana gode di una straordinaria visibilità internazionale dalla metà degli anni Cinquanta a fine anni Sessanta: brani come *Nel blu dipinto di blu*, *Torero*, *Marina*, *Io che non vivo*, *Il mondo*, *Quando quando quando* e molti altri diventano successi mondiali anche grazie a versioni in lingua inglese, mentre il Festival di Sanremo dal 1965 al 1969 ospita i più titolati artisti stranieri (da Stevie Wonder a Sonny & Cher, da Roberto Carlos agli Yardbirds) che vi gareggiano cantando in italiano. Sul tema dell'internazionalizzazione della canzone italiana rimando al mio: PRATO, Paolo, *Selling Italy by the Sound: Cross-Cultural Interchanges through Cover Records (1920s-to date)*, in *Popular Music*, 26, 2007, pp. 441-462.

<sup>47</sup> GENTILE, Enzo, *op. cit.* p. 25.

Spicca un altro dato significativo: in un decennio largamente dominato dalle cover, che hanno avuto il merito di sprovvincializzare la canzone familiarizzando il pubblico con sonorità e stili moderni, il filone balneare rivendica un'identità autoctona<sup>48</sup>. Nessuno o quasi dei grandi successi è la versione italiana di un brano straniero<sup>49</sup>. Sono tutte canzoni inedite, fresche, ballabili ed avanzate sul piano degli arrangiamenti, alcune delle quali portano la firma di Louis Bacalov, altre di Ennio Morricone. Celebrano il presente, la voglia di vivere e abbracciare le piccole conquiste della vita moderna, come la vacanza al mare con i suoi miti e riti, luoghi e simboli.

La civiltà balneare nasce – non sembri un paradosso – in Inghilterra, nel lontano Settecento. L'Inghilterra, culla della Rivoluzione Industriale, era la nazione guida sotto il profilo economico e la sua classe aristocratica, educata in attività connesse alla guerra come la caccia e l'equitazione, per prima scoprì i piaceri del loisir inventandosi i *pleasuredromes*, città del divertimento lontane dalle metropoli e dai fumi delle fabbriche, nelle quali dedicarsi a tempo pieno ad attività che esaltavano corpo e mente, la socialità e il senso degli affari, dal bagno in mare al gioco d'azzardo, dal ballo ai veglioni. Il culto delle acque, che nasce per ragioni eminentemente terapeutiche in concomitanza col culto del sole, si diffonde presto nel resto d'Europa a cominciare da Francia, Germania, Belgio e Olanda<sup>50</sup>. È dunque la civiltà nord-europea – la parte più ricca del Continente – a inventare il mare e scoprire l'attrattiva delle coste italiane<sup>51</sup>. Con l'avvento del turismo di massa la spiaggia diventa un luogo accessibile e desiderato da tutti, entrando a far parte dell'immaginario collettivo<sup>52</sup>. Ma, al tempo stesso, promuove visioni diverse rispetto a quella maggioritaria: facendo propri alcuni principi del romanticismo naturalista, fioriscono sottoculture che esaltano la vita di spiaggia in contrasto con la frenesia metropolitana<sup>53</sup>. La California e l'Australia (Sidney in particolare) sono le aree geografiche che hanno generato stili di vita alternativi centrati sulla vita all'aperto a stretto contatto con la natura e caratterizzata da

---

<sup>48</sup> Sul fenomeno delle cover, che in Italia hanno avuto un peso decisivo nell'incrementare la vendita di dischi durante gli anni Sessanta oltre che sprovvincializzare la tradizione nazionale, cfr. BRATUS, Alessandro, *Adattamenti, arrangiamenti, traduzioni. La cover come pratica di appropriazione culturale nella popular music italiana tra gli anni cinquanta e sessanta*, in LOCATELLI, Massimo, MOSCONI, Elena, *op. cit.*, pp. 183-216; FABBRI, Franco, *Le cover negli anni Cinquanta e Sessanta: strategie economiche, culturali, tecniche dell'adattamento, dell'arrangiamento, della produzione discografica*, Intervento alla Giornata di studi "Réécriture et chanson", 17 novembre 2014, Centre Axiis d'Études Romanes, Aix en Provence.

<sup>49</sup> Le sole cover di brani stranieri che svettano durante il decennio sono le già citate *Estate senza te* del francese Christophe e *Cuando calienta el sol* dei cubani Los Hermanos Rigual, ripresa in spagnolo dagli italiani Los Marcellos Ferial.

<sup>50</sup> TRIANI, Giorgio, *Pelle di sole, pelle di luna. Nascita e storia della civiltà balneare 1700-1946*, Venezia, Marsilio, 1988.

<sup>51</sup> Cfr. CORBIN, Alain, *L'invenzione del mare. L'occidente e il fascino della spiaggia (1750-1840)*, Venezia, Marsilio, 1990.

<sup>52</sup> Sulla spiaggia come luogo di consumo, con una propria estetica e codici di comportamento cfr. BATTILANI, Patrizia, BAGNARESI, Davide, «La spiaggia come luogo di produzione e consumo: dal modello informale ottocentesco a quello "taylorista fra le due guerre"», in *Italia Contemporanea*, 294, 3/2020, pp. 11-45.

<sup>53</sup> Cfr. GUNTÜRKUN, Elif, KÖSE, İlknür Gürses, *Fantasies of Returning to Nature as an Escape from Culture: the Case of the Beach*, in TOMBUL Işıl, SARI Gülşah (eds.), *Handbook of Research on Contemporary Approaches to Orientalism in Media and Beyond*, Hershey, IGI Global, 2021, pp. 324-337.

pratiche come il surfing, il camping e il culto dei van colorati, mentre a Goa ha preso piede una sottocultura legata alla musica trance, alimentata dagli ultimi hippy che vi accorrono da tutto il mondo<sup>54</sup>.

L'immaginario che sta dietro alla canzone balneare è di natura diametralmente opposta. Niente di alternativo, men che mai di trasgressivo. Al contrario, è un formidabile veicolo promozionale per il turismo e le attività ad esso collegate, col risultato di consolidare una visione perbenista della vita a uso e consumo della classe media e delle classi popolari, che a quello stile di vita aspiravano. L'Italia gioca un ruolo di primo piano nel segmento del turismo balneare, in grado di attrarre flussi sia domestici che internazionali<sup>55</sup>. Quello della canzone balneare è dunque un fenomeno tutto italiano, che non ha riscontri altrove – eccetto che per la musica surf, ad esso contemporanea, prodotto di una sottocultura nata in California negli anni Cinquanta. A differenza della canzone balneare, la musica surf presenta alcune caratteristiche che la distinguono dal pop dell'epoca: le canzoni sono centrate sulla chitarra elettrica e l'effetto tremolo inventato da Dick Dale fece epoca, influenzando molta della musica a venire. Il successo di questo genere rimase peraltro limitato agli Stati Uniti anche se negli anni Ottanta si registrò un revival, promosso dalla mai sopita *surf culture*, che confluì nel più ampio grunge degli anni Novanta<sup>56</sup>. L'origine e il forte legame con la sottocultura che esalta il sole, la sabbia, gli *hot rod* e il cavalcare le onde fanno di questa musica un prodotto di nicchia laddove la nostra canzone è intergenerazionale e inclusiva. Nessun ribellismo associato al filone balneare, espressione – al contrario – di una gioventù per bene che vuole solo divertirsi e rivendica il diritto di farlo in modi, sì, nuovi ma pur sempre nel solco della tradizione. La gioventù rappresentata in queste canzoni è quella che promuove il “giovanilismo” a stile di vita per tutti, indistintamente<sup>57</sup>.

## Conclusioni

Le canzoni balneari – a prescindere dalla loro qualità estetica e musicale (non è il tema di questo intervento) – sono la quintessenza della musica leggera (qui l'aggettivo è pertinente e per

---

<sup>54</sup> Sulla *beach culture* australiana cfr. FORD, Caroline, *Sydney Beaches, A History*, Randwick, University of South Wales Press, 2015.

<sup>55</sup> BATTILANI, Patrizia, *op. cit.*

<sup>56</sup> SHUKER, Roy, s.v. «Surf music», in HORN, David, *Encyclopedia of Popular Music of the World*, Vol. VIII, *Genres; North America*, London, Continuum, 2012, pp. 466-467.

<sup>57</sup> Il richiamo a un giovanilismo di maniera, tuttavia, è in grado di reggere ancora per poco, prima che il beat e la successiva onda rock creino divisioni senza ritorno e non solo generazionali. Non è un caso che il filone balneare raggiunga il suo apice nel biennio 1968-69 e si estingua subito dopo, senza lasciare tracce. E' venuta meno la base sociale che giustificava quel corto circuito fra cinema, canzone, fotoromanzi e rassegne canore all'insegna dell'evasione e del disimpegno. Cfr. sul tema GORGOLINI, Luca, *I consumi*, in SORCINELLI, Paolo, VARNI, Angelo (a cura di), *Il secolo dei giovani. Le nuove generazioni e la storia del Novecento*, Roma, Donzelli, 2004, pp. 213-254.

nulla denigratorio) al tempo del boom, in quanto repertorio facilmente identificabile e stabile lungo il corso del decennio. Ne fanno parte anche i balli stagionali, che per l'appunto venivano lanciati in estate ed erano l'altra faccia della colonna sonora vacanziera: prodotti leggeri, perfetti per incontrare i gusti di un pubblico alla ricerca di novità, ma per nulla 'usa e getta', dato che, al contrario, molti sono sopravvissuti al loro tempo e fanno parte integrante del canzoniere nazionale, pronti a essere riverniciati dalle migliaia di orchestre e complessi semiprofessionali che allietano ancora oggi le vacanze marine, montane e collinari. Le canzoni balneari degli anni Sessanta costituiscono un repertorio omogeneo anche sotto il profilo musicale. Forma, soluzioni armoniche e melodiche, ritmi, sonorità, stile esecutivo e vocale rientrano appieno nel modello di canzone in voga all'epoca, quando le opzioni a disposizione erano assai poche (sarà *Azzurro* a porre fine a quel monopolio, aprendo nuove strade). Il tema balneare, nelle sue tante declinazioni, non sparirà affatto dalla galassia del pop, anzi continuerà a fertilizzare con regolarità i molti generi che si affacceranno sulla scena italiana e internazionale, dal rock al R&B, dalla dance latina al teen pop, anche per l'attrattiva che l'estate esercita sulla confezione di potenziali tormentoni, da sempre miraggio dell'industria discografica. Proprio per questo non sarà più possibile evidenziare un corpus omogeneo già a partire dagli anni Settanta ed è la ragione per cui quell'esperienza - un unicum nel panorama internazionale dell'epoca - offre una delle rappresentazioni più limpide dell'Italia moderna. «Uno scaffale di dischi è una gamma di mondi possibili» scrive Eisenberg. «Ne tiri fuori uno, lo metti sul piatto e questo si dipana: il mondo in cui hai deciso di vivere l'ora successiva»<sup>58</sup>. E allora, riascoltare quelle canzoni è un po' come sfogliare un vecchio album di famiglia, evocare una memoria collettiva tanto radicata quanto più è fondata su emozioni e sentimenti condivisi durante l'infanzia della Nazione, un tempo in cui le grandi narrazioni proposte da radio, tv, dischi e film erano l'unica dieta mediale a disposizione, dunque "grandi" anzitutto nei numeri e per questo destinate a durare.

---

<sup>58</sup> EISENBERG, Evan, *L'angelo del fonografo. Musica, dischi e cultura da Aristotele a Zappa*, Torino, Instar Libri, 1997, p. 337 [ed. or.: *The Recording Angel: Explorations in Phonography*, New York, McGraw Hill, 1987].

## L'AUTORE

**Paolo PRATO** è Lecturer alla John Cabot University. È international advisor della *Bloomsbury Encyclopedia of Popular Music of the World* per la quale ha curato il volume XI *Genres: Europe*. Fa parte del comitato scientifico di «Musica/Realtà» e «Popular Music History». Fra i suoi libri: *La musica italiana: una storia sociale dall'Unità a oggi* (Roma, Donzelli, 2010); *Il treno dei desideri. Musica e ferrovia da Berlioz al rock* (Palermo, L'epos, 2003), *L'Italia dei consumi: dal 1965 al 2005* (s.l. Prestitempo, 2005); con TRIVERO, Gianluca, *Viaggio e modernità. L'immaginario del mezzo di trasporto fra '800 e '900* (Napoli, Shakespeare & Company, 1989).

URL: < <https://www.studistorici.com/progett/autori/#Prato> >