

- ✓ Il problema della conversione: in quali effetti concreti (turismo, investimenti, reputazione) il racconto ipotizza che si traduca l'attenzione mediale, e dove questa conversione si arresta?

Sintesi comparativa

Costruisci una tabella che confronti i due eventi su cinque dimensioni: immagine dell'Italia messa in scena; pubblici (interno e internazionale); cornici o dimensioni narrative prevalenti; configurazione del territorio (centrica o policentrica); eredità prospettata.

Riferimenti

CARELLI P. - SFARDINI A. (2026), *Coltivare anima, mente e spirito. Il turismo spirituale e religioso tra forme esperienziali e policentrismo: il caso del Giubileo 2025*, in *22° Rapporto Annuale Federculture 2026*, Roma, Federculture.

CE.R.T.A. - CATTOLICAPER IL TURISMO (2026), *Milano Cortina 2026. Il racconto dell'evento sportivo tra territori e attese turistiche*, Ricerca "Comunicazione, Media e Turismo", VI annualità, Università Cattolica del Sacro Cuore, con Publitalia '80 – Mediaset Group.

SCHEMA DI ANALISI 9.2. L'EUROVISION SONG CONTEST COME ARENA DI SOFT POWER

Premessa

Come illustra il Box 9.2, l'Eurovision Song Contest è forse il più puro dei media event: un rito televisivo annuale, prodotto da un consorzio di emittenti di servizio pubblico, in cui a esibirsi sono artisti e nazioni, e in cui il televoto trasforma i pubblici in giudici dei Paesi in gara, senza la possibilità, per regolamento, di votare il proprio Paese. Inoltre, i testi delle canzoni devono essere in linea con lo spirito dell'ESC, cioè quello dell'inclusione e della lotta a qualunque tipo di discriminazione, non possono contenere riferimenti diretti a politica, religione o tematiche controverse.

La scheda propone di analizzare tre esibizioni vincitrici che coinvolgono l'Italia.

I video di riferimento sono disponibili nell'area Risorse digitali.

Toto Cutugno, *Insieme: 1992* (Zagabria 1990)

Måneskin, *Zitti e buoni* (Rotterdam 2021)

Kalush Orchestra, *Stefania* (Torino 2022)

Costruzione della scheda di analisi

Guarda per intero le tre esibizioni. Prendi appunti durante la visione, prestando attenzione non solo alla canzone ma alla messa in scena: scenografia, costumi, simboli, lingua, reazioni del pubblico in sala. Compila la Parte I per ciascuna esibizione, poi le Parti II e III, e concludi con l'elaborato finale.

PARTE I. Descrizione e contesto (per ciascuna esibizione)

- a. Chi si esibisce e per quale Paese?
- b. In quale contesto storico-politico si colloca l'edizione?
Considera, per esempio, l'Europa del 1990 tra caduta del Muro di Berlino e cammino verso l'integrazione comunitaria; l'edizione 2021 come primo grande rito televisivo europeo dopo la fase acuta della pandemia; l'edizione 2022 segnata dalla guerra russo-ucraina e dall'esclusione della Russia decisa dall'EBU.
- c. In quale lingua è cantato il brano, e che cosa comunica questa scelta a un pubblico globale?
- d. Quali elementi della messa in scena (scenografia, costumi, simboli, riferimenti visivi) costruiscono un'immagine del Paese rappresentato?

PARTE II. Interpretazione con le categorie del capitolo

- a. L'attrazione poggia sulla virtù (i valori che l'esibizione incarna) o sul virtuosismo (la perizia della confezione)?
- b. In che senso l'edizione analizzata funziona come media event: che cosa interrompe, chi riunisce, a quale rito invita a partecipare?
- c. Quali effetti reali (turistici, commerciali, reputazionali, politici) è ragionevole attribuire alla vittoria, e dove si arresta la conversione dell'attrazione in risultati?

PARTE III. La lingua come strumento di soft power

- a. Confronta le tre scelte linguistiche: l'italiano di *Insieme: 1992* e di *Zitti e buoni*, l'ucraino di *Stefania*. Cantare nella propria lingua davanti a un pubblico globale è un limite o una risorsa? La risposta è la stessa nel 1990 e oggi?
- b. Che ruolo giocano i sottotitoli, le piattaforme e i social nel rendere fruibile e virale un brano in lingua non inglese? Che cosa suggerisce, in proposito, il successo internazionale dei Måneskin?