



Editoriale - I controsensi della rete. Il paradosso social di Guccini: mai un post, migliaia di tributi

Roma - 26 ago 2026 (Prima Notizia 24) Dopo la morte di Guccini, i social si sono riempiti di omaggi, ma lui rifiutava la tecnologia, preferendo la tradizione orale e l'autenticità.

Francesco Guccini ci aveva lasciati da poco e, nelle ore successive i social si erano già riempiti come solo loro sanno fare quando serve celebrare in fretta un lutto collettivo. Erano più affollati di Via Paolo Fabbri 43 a Bologna, il cui sindaco, Matteo Lepore, ha affidato il suo cordoglio a un post su Facebook. Anche Vasco Rossi, Ligabue, Gianni Morandi e molti altri artisti, e anche politici trasversali, hanno scritto ricordi personali, condivisi e ricondivisi migliaia di volte. Le pagine ufficiali, quella con oltre 260mila iscritti su Facebook, quella da oltre centomila follower su Instagram, hanno fatto cassa di risonanza per l'ultimo saluto al Maestrone. TikTok aveva già fatto circolare le sue clip più celebri, tanto da spingere la Rai a invitarlo su Rai 3 proprio per un episodio dedicato al racconto dell'anno sui social. C'è, tuttavia, un dettaglio che sfugge, o che viene volutamente ignorato. Nessuna di quelle pagine l'ha mai scritta lui. E la presenza social del Maestrone era di chi la gestiva. Nel 2024 Guccini fu chiaro sull'argomento fino quasi a quella che qualcuno potrebbe chiamare scortesia ma che, per lui, era semplicemente fare chiarezza. Alla domanda se si fosse "convertito ai social" rispose di non frequentarli, "almeno non direttamente". Nel 2006 raccontava di non aver mai posseduto un cellulare, e di usare all'occorrenza quello degli amici. Non sono battute buttate lì, ma la fotografia di un uomo che per tutta la vita ha tenuto la tecnologia, e non solo, a distanza di sicurezza, pur conoscendola. Vent'anni dopo la sostanza non era cambiata; nell'ultimo libro parlava di uno sconosciuto che gli aveva scritto un biglietto di insulti a mano, comprando il francobollo e andando alla posta per spedirlo. Fu un gesto che Guccini trovò quasi commovente nella sua obsolescenza, proprio perché fuori tempo massimo rispetto alla logica dell'insulto istantaneo e gratuito che i social hanno reso la norma. Il suo giudizio sul mezzo era netto e non concedeva sconti. Un tempo, diceva, la gente parlava al bar. Le opinioni estemporanee restavano tra quelle mura. Oggi vanno sui social, si diffondono, e diventano verità. Inutili, talvolta disastrose, se non pericolose. Guccini non vedeva nei social uno strumento neutro messo a disposizione della libertà d'espressione. Ci vedeva un moltiplicatore di rumore travestito da moltiplicatore di verità; come Eco. Eppure, sessant'anni prima, aveva avuto tutti i titoli per finire sulle prime pagine di mezzo mondo, e i social nemmeno esistevano. Nel 1965 scrisse Dio è morto. La Rai la censurò come blasfema, senza essersi presa la briga di avere compreso un testo che si chiudeva con la resurrezione. Ma dove l'emittente di Stato si fermò per timidezza clericale, arrivò Radio Vaticana, che la trasmise ampiamente, e secondo alcune fonti anche con l'apprezzamento di Paolo VI. Un cantautore censurato dalla televisione pubblica del proprio Paese e mandato in onda dalla radio del Papa sarebbe, oggi,

un caso mediatico nel giro di pochi clic anche senza hashtag. Allora restò una vicenda quasi sotterranea; da addetti ai lavori. Il contrasto è istruttivo: quando aveva davvero qualcosa di clamoroso da raccontare il mondo dei media non se ne accorse. Oggi, ne è pieno. Chi lo conosce può ritorvare in questo atteggiamento una costante, non certo un'eccezione tardiva legata all'età. Guccini non è mai salito sul palco di Sanremo in gara. Ci provò solo una volta, nel 1967, come autore: una canzone destinata a Caterina Caselli e Gigliola Cinquetti, bocciata alle selezioni. Da allora scelse la distanza, non l'esclusione. Anche quando nel 2018, un suo brano sui migranti venne scartato dal direttore artistico del Festival, la reazione non fu il tentativo di rientrare dalla porta principale, ma un commento tagliente sulla direzione artistica di quell'anno. E quando gli veniva chiesto conto di quell'assenza, la risposta era sempre la stessa, con la sua ironia da osteria: il suo, diceva, era un altro mestiere. Lui non aveva né avrebbe mai infilato una piuma di struzzo da qualche parte pur di cantare a Sanremo. Non era snobismo. Era la rivendicazione di un mestiere diverso, quello del cantastorie che non si misura in ascolti di una serata ma nella tenuta e la costanza di un repertorio anche di ricerca. Preferì il Club Tenco, fucina meno patinata e più severa della canzone italiana, che nel 2015 gli dedicò l'intera rassegna e lo ha premiato più volte. Sanremo e Tenco erano, per Guccini, due mondi opposti: la vetrina commerciale e la bottega artigiana. Scelse sempre la seconda. Anche il modo in cui saliva sul palco, quando lo faceva, raccontava la stessa idiosincrasia verso la visibilità organizzata. I musicisti che lo accompagnavano da decenni, Flaco Biondini in testa, non erano semplicemente una band da tour. Erano amici, gente con cui si condivide la tavola prima ancora del palco. I camerini, raccontano chi ci ha suonato per anni, erano cenacoli letterari e gastronomici più che backstage: porchetta, salami, bottiglie di vino. Il concerto per lui non era un evento da ottimizzare per un pubblico più ampio possibile, ma un prolungamento di una tavolata di amici portato sul palco quasi per caso. Non stupisce che abbia lasciato che fossero proprio loro, ribattezzati "I Musicisti di Francesco Guccini", a portare avanti il suo repertorio. Era una compagnia affondava le radici altrove, lontano da ogni piattaforma. Guccini l'ha descritta con un verso della canzone Addio: cresciuto "fra i saggi ignoranti di montagna che sapevano Dante a memoria e improvvisavano di poesia". Non è un'espressione decorativa, ma la descrizione di un sapere che non passa per algoritmi o palcoscenici; dalla voce di chi lo tramanda a un ragazzino cresciuto a Pavana durante la guerra. Quei saggi ignoranti restano il vero contraltare di tutto ciò che Guccini rifiutava nei social: non la cultura dal basso in sé, ma la sua trasformazione in rumore istantaneo, senza tempo di sedimentazione, senza il filtro lento della tradizione orale che si tramanda a voce, davanti a un bicchiere; non a colpi di condivisioni. Il filo che lega il rifiuto di Sanremo, la scelta di una band fatta di amici e il ricordo dei saggi ignoranti di montagna al rifiuto dei social non è casuale, ed è più utile alla sua biografia di qualsiasi cocodrillo commosso. In tutti i casi Guccini sceglieva lo stesso criterio: la vicinanza autentica e la lentezza del tempo condiviso, contro la macchina che premia chi si adatta ai formati di visibilità. Sanremo e i social sono, da questo punto di vista, la stessa macchina con due nomi diversi. C'è un'ironia che lui stesso avrebbe probabilmente apprezzato, con quella sua voce un po' beffarda: l'uomo che considerava l'osteria il luogo naturale per le opinioni destinate a restare tra quattro mura, è morto ed è diventato, per qualche giorno, l'argomento più condiviso d'Italia. Le sue canzoni, scritte pensando a un pubblico da bar e da

piazza, sono finite spezzettate in clip da pochi secondi, ottimizzate per un algoritmo che lui non avrebbe mai voluto, o ridotte a frasi da post. E questo paradosso non è suo. È nostro. È la prova che nemmeno la coerenza più ostinata basta a sottrarsi al destino di diventare, alla fine, contenuto. Mi spiace Francesco, ma è la realtà dei social. In ogni caso, grazie,

di Gianni Dell'Aiuto Mercoledì 26 Agosto 2026