



Diacronie

Studi di Storia Contemporanea

53, 1/2023

Popular music e storia

Parole, parole, parole. Un'analisi testuale delle canzoni più vendute in Italia (1960-2019)

Alberto TROBIA

Per citare questo articolo:

TROBIA, Alberto, «Parole, parole, parole. Un'analisi testuale delle canzoni più vendute in Italia (1960-2019)», *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/trobia_numero_53/ >

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

ISSN 2038-0925

Rivista storica online. Uscita trimestrale.

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.

2/ Parole, parole, parole. Un'analisi testuale delle canzoni più vendute in Italia (1960-2019)

Alberto TROBIA

ABSTRACT: Questo articolo esplora il contenuto delle cento canzoni italiane più vendute, nel periodo che va dal 1960 al 2019, utilizzando un approccio computazionale inedito che combina analisi testuale e analisi musicale automatica. I brani italiani da classifica hanno intercettato alcuni dei principali trend storici, culturali e sociali degli ultimi sessant'anni. Dalla ricerca emergono sei temi ricorrenti (perdono, fuga, amore passione, fatica, fantasia e vitalità) e due dimensioni di senso latenti (patire vs. agire e divertirsi vs. riflettere), che caratterizzano i testi analizzati. Dal punto di vista metodologico, emerge l'importanza discriminata del sound per comprendere sia il clima emotivo dei brani sia alcune mediazioni e filtri operati dalle industrie culturali.

ABSTRACT: This article explores the content of the one hundred best-selling Italian songs, spanning the period from 1960 to 2019, using a novel computational approach that combines textual analysis and automatic music analysis. Italian chart-topping songs have intercepted some of the major historical, cultural, and social trends of the last sixty years. The research highlights six recurring themes (forgiveness, escape, love passion, hardship, fantasy, and vitality) and two latent dimensions of meaning (suffering vs. acting and having fun vs. reflecting) that characterize the analyzed lyrics. From a methodological standpoint, the discriminating importance of sound in understanding both the mood of the songs and some mediations and filters operated by cultural industries emerges.

Premessa

In questo contributo, presento un'analisi testuale delle cento canzoni più vendute in Italia dal 1960 al 2019¹. Rispetto ad altri lavori più estesi, riguardanti la *popular music* italiana², questo studio

¹ La scelta di concentrarsi su un numero analogo di canzoni è piuttosto comune in ricerche classiche e contemporanee. Cfr., ad es.: COLE, Richard R., «Top songs in the sixties: A content analysis of popular lyrics», in *American Behavioral Scientist*, 14, 3/1971, pp. 389-400; DUKES, Richard L., BISEL, Tara M., BOREGA, Karoline N., LOBATO, Eligio A., OWENS, Matthew D., «Expressions of love, sex, and hurt in popular songs: A content analysis of all-time greatest hits», in *The Social Science Journal*, 40, 4/2003, pp. 643-650.

² Ad es.: NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane. Una prospettiva sociologica (1960-2010)*, Roma, Carocci, 2012; GIULIANO, Luca, LA ROCCA, Gevisa, *L'analisi automatica e semi-automatica dei dati testuali. II. Strategie di ricerca e applicazioni*, Roma, LED, 2010, pp. 135-154. Per l'approccio sociolinguistico, ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone. Mezzo secolo di italiano cantato*, Bologna, Il Mulino, 2010.

esplora solo la “cima” d’una montagna più grande di canzoni, quelle che hanno avuto maggior successo nel nostro Paese, con l’obiettivo di capire come siano cambiati negli anni, per forma e contenuti, i singoli (un tempo, i 45 giri) da *hit-parade*. Nella prima parte, discuto i problemi metodologici che s’incontrano nella compilazione delle classifiche di vendita e descrivo i criteri di costruzione d’un *database* comprendente sia i testi delle canzoni sia una serie di variabili derivate dall’analisi musicale dei brani effettuata da Spotify. L’inserimento di queste variabili costituisce un tentativo inedito, nella ricerca sociale, d’associare analisi testuale e analisi musicale automatica. Nella seconda parte, illustro i risultati dello studio empirico, che s’è avvalso di numerose tecniche computazionali, secondo un approccio di *digital humanities*³: l’analisi delle frequenze, per individuare le parole più usate nelle canzoni e metterle a confronto nei vari decenni; la *sentiment analysis*, per una ricostruzione del *mood* che ha caratterizzato i periodi esaminati; l’analisi tematica, per la modellizzazione dei principali contenuti trattati; infine, l’analisi delle corrispondenze lessicali, per rintracciare le dimensioni di senso latenti che hanno caratterizzato la *popular music* italiana di successo, a partire dal 1960. Nella parte conclusiva, viene discusso uno spazio semantico, che prova a delineare l’immaginario musicale italiano d’alta classifica degli ultimi sessant’anni.

1. Questioni metodologiche

La storia delle classifiche italiane di vendita dei dischi, in Italia, è piuttosto tortuosa⁴. Come per altri paesi, qualsiasi ricostruzione deve tener conto dei diversi criteri di compilazione nel tempo (ad es., il numero di posizioni previste), delle modalità di rilevazione delle vendite (talvolta distorte dalle stesse industrie discografiche, per varie ragioni), dell’evoluzione dei supporti, del ruolo che hanno svolto le tecnologie, dei mutati scenari di fruizione della musica, dei problemi legati alla pirateria⁵. In Italia, poi, i dati sul numero di copie effettive vendute non vengono divulgati, se non episodicamente e più per esigenze di promozione (ad es., i vari dischi d’oro o di platino)⁶.

La prima classifica italiana dei singoli viene pubblicata sulla rivista «Il Musicchiere» agli inizi del 1959, sull’onda del successo dell’omonima trasmissione televisiva. Da allora, in Italia, sono

³ Cfr. BENNATO, Davide, *Il computer come macroscopio*, Milano, FrancoAngeli, 2015.

⁴ Cfr. CILIO, Stefano, *Mezzo secolo di ritornelli. Le canzoni più presenti nelle classifiche di vendita italiane*, Roma, Arcana, 2019.

⁵ Su questi aspetti, cfr. OSBORNE, Richard, LAING, Dave (eds.), *Music by Numbers. The Use and Abuse of Statistics in the Music Industries*, Bristol, Intellect, 2021. Sulle classifiche italiane, cfr. anche SALVATORI, Dario, *40 anni di hit parade in Italia*, Firenze, Tarab, 1999; NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., pp. 35-45. Cfr., inoltre, il lavoro pionieristico di HESBACHER, Peter, DOWNING, Robert, BERGER, David G., «Record Roulette: What Makes It Spin?», in *Journal of Communication*, 25, 3/1975, pp. 74-85.

⁶ DANIELE, Michele, *Le classifiche di HitParadeItalia*, URL: < <https://hitparadeitalia.it/classifiche/metodol.htm> > [consultato il 13 agosto 2022].

comparse una trentina di differenti classifiche («TV Sorrisi & Canzoni», «Radiocorriere TV», «Big», «Ciao 2001», «Sogno», «Bolero Film» ecc.), alcune rigorose altre molto meno; alcune pubblicate per diversi decenni, altre solo per pochi mesi⁷. La classifica più autorevole nasce nel 1960. È una classifica settimanale, denominata «Borsa del disco», all'interno della rivista «Musica e Dischi». Basata su interviste telefoniche effettuate ad una serie di negozi in tutto il Paese, diventerà il punto di riferimento del mercato discografico italiano per decenni, e verrà utilizzata come fonte dati nelle classifiche della prestigiosa rivista statunitense «Billboard»⁸.

Nel 1997, per iniziativa della FIMI (Federazione Industria Musicale Italiana), comincia ad essere diffusa la «Classifica mix e singoli», in collaborazione con l'istituto di ricerca Nielsen, derivata dal conteggio delle vendite attraverso la lettura elettronica dei codici a barre (Soundscan⁹). La classifica della FIMI sostituisce, sin da subito, la «Borsa del disco» come fonte ufficiale dei dati di vendita e viene ripresa dalla rivista «Tv Sorrisi e Canzoni». A partire dal 2000, anche «Billboard» inizierà ad affidarsi alla classifica FIMI. Nel 2006, si affianca alla classifica delle vendite di supporti fisici la «Top digital download», che tiene conto delle vendite *online*. Anche in questo caso, partner della FIMI è l'istituto Nielsen. Nel 2008, la «Top digital download» diventa l'unica classifica ufficiale dei brani più venduti in Italia. Nel 2011, la FIMI si affida al nuovo partner GfK R&T, che utilizza il più sofisticato servizio *Point of Sales Tracking* per la rilevazione delle vendite¹⁰. «Billboard», tuttavia, continuerà ad affidarsi a Nielsen, pubblicando una sorta di classifica italiana parallela. Il 2014 vede conteggiare nella classifica FIMI anche gli *stream* sulle piattaforme *online*. Si tratta d'un punto di svolta, poiché «per la prima volta nella storia delle classifiche italiane contribuiscono alla composizione anche gli ascolti e non solo le vendite vere e proprie»¹¹. La «Top digital download» assume il nome di «Top singoli» e infine «Top of The Music FIMI/GfK»¹².

Per la selezione delle cento canzoni in italiano più vendute, tra il 1960 e il 2019, che sono oggetto del presente contributo¹³, ho consultato due fonti: la classifica dei 200 singoli più venduti, redatta da Stefano Cilio, alla cui metodologia rimando¹⁴, e le classifiche per decennio pubblicate dallo stesso Cilio sulla rivista *online* «Rockol»¹⁵. Questa seconda fonte mi ha consentito di

⁷ *Ibidem*.

⁸ CILIO, Stefano, *Mezzo secolo di ritornelli*, cit.

⁹ BAYM, Nancy K., «Data not seen: The uses and shortcomings of social media metrics», in *First Monday*, 18, 10/2013, URL: < <https://firstmonday.org/article/view/4873/3752> > [consultato il 13 agosto 2022].

¹⁰ FIMI, *Nota metodologica*, URL: < <https://www.fimi.it/top-of-the-music/nota-metodologica/nota-metodologica.kl#/nota-metodologica> > [consultato il 12 agosto 2022].

¹¹ CILIO, Stefano, *Mezzo secolo di ritornelli*, cit., p. 12.

¹² FIMI, *Classifiche*, URL: < <https://www.fimi.it/top-of-the-music/classifiche.kl#/charts/1> > [consultato il 29 luglio 2022].

¹³ La *playlist* dei brani analizzati è disponibile su Spotify: < <https://tinyurl.com/3788urdv> > [consultato il 29 luglio 2022].

¹⁴ CILIO, Stefano, *Mezzo secolo di ritornelli*, cit., p. 13.

¹⁵ A partire da: ZANETTI, Franco, «Le 10 canzoni italiane più vendute dal 1960 al 1969», in *rockol*, < <https://www.rockol.it/news-728770/le-10-canzone-italiane-piu-vendute-dal-1960-al-1969> > [consultato il 29

bilanciare i vari decenni con canzoni escluse dalla *top 200* generale. Eliminando i singoli strumentali o in lingua straniera, per ogni brano ho scaricato da Internet i relativi testi, i quali sono andati a comporre il *corpus* da analizzare, avendo una rappresentazione delle preferenze musicali degli italiani dal 1960 al 2019 non distorta da criteri estetici o gusti personali¹⁶. La scelta di tener conto delle classifiche di vendita si può prestare a tutta una serie di critiche, a cominciare – come s'è visto – dalla loro scarsa attendibilità. Tuttavia, oltre a fornire un criterio oggettivo di selezione, esse – come afferma Antonelli¹⁷ – sono lo strumento che meglio d'ogni altro consente di ricostruire le vicende della “musica leggera” e i gusti dei suoi ascoltatori¹⁸. Le classifiche, inoltre, non solo riflettono i gusti musicali degli ascoltatori, ma li guidano, in quanto oggetto culturale¹⁹.

Al *database* dei testi sono state aggiunte tutta una serie di altre informazioni. Anzitutto, il genere (uomo, donna o entrambi) dell'interprete e il numero di settimane di permanenza in classifica della canzone; quest'ultimo valutato come indicatore di popolarità del brano. Considero di natura sociologica queste due variabili, come si vedrà in seguito. Una seconda serie di dati, riguardanti l'analisi musicale automatica di ogni singola canzone, è stata estratta da Spotify. Si tratta di dati non disponibili ai normali utenti, che tuttavia possono essere “letti” tramite le API della piattaforma con alcune righe di programmazione²⁰. Le informazioni disponibili riguardano, per ogni brano, tra gli altri: la ballabilità (*danceability*), l'energia, la tonalità, la “presenza” (*loudness*), il modo (maggiore/minore), la proporzione di parlato (*speechiness*), l'“acusticità” (*acousticness*) in contrapposizione all'“elettronicità”, la proporzione di parte strumentale su quella vocale (*instrumentalness*), la positività emotiva (*valence*), il tempo (in bpm, battiti per minuto) e la durata (in millisecondi)²¹.

luglio 2022].

¹⁶ I dati sono stati incrociati anche con altre due fonti: *Hitparade Italia* (URL: < <https://hitparadeitalia.it/> >) e *Italian Charts* (URL: < <https://italiancharts.com/> >) [consultate il 12 agosto 2022].

¹⁷ ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit., p. 74.

¹⁸ L'analisi delle classifiche di «Billboard» è alla base del classico articolo di Peterson e Berger sui cicli produttivi dell'industria culturale, fondativo della prospettiva sociologica della “produzione di cultura”. Per la traduzione italiana, cfr. PETERSON, Richard A., BERGER, David G., *Cicli di produzione simbolica: il caso della “popular music”*, in SANTORO, Marco, SASSATELLI, Roberta (a cura di), *Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche*, Bologna, Il Mulino, 2009, pp. 169-193 [ed. or.: 1975]. L'uso delle classifiche di vendita come fonte per ricerca sociale è stato ribadito, ancora, in DOWD, Timothy J., «Concentration and Diversity Revisited: Production Logics and the U.S. Mainstream Recording Market, 1940-1990», in *Social Forces*, 82, 4/2004, pp. 1411-1455. Inoltre, si basano sulle classifiche di vendita quasi tutte le ricerche di *content analysis* che riguardano le canzoni inglesi e americane (cfr. oltre). In Italia, lo studio più esteso è quello di NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit.

¹⁹ HESBACHER, Peter et al., «Record Roulette», cit.

²⁰ Le API (Application Programming Interfaces) definiscono come un programmatore può usare dati o caratteristiche di una piattaforma o di un software all'interno di un'altra applicazione. Cfr. TROBIA, Alberto, *Web mining e Application Programming Interfaces: caratteristiche, strumenti, prospettive e limiti*, in CORPOSANTO, Cleto, VALASTRO, Alessio (a cura di), *Blog, FB & TW. Fare ricerca quali-quantitativa online*, Milano, Giuffrè, 2014, pp. 67-104. Nel caso specifico, ho scritto un breve programma, utilizzando il linguaggio R e il pacchetto *spotifyr*, che a partire da una *playlist* di Spotify è in grado di estrarre tutti i dati nascosti di ogni singola canzone e trascriverli su un file Excel.

²¹ SPOTIFY FOR DEVELOPERS, «Get Tracks' Audio Features», URL: < <https://developer.spotify.com/>

La disponibilità di variabili ottenute dall'analisi musicale automatica permette di studiare empiricamente le canzoni tenendo conto anche della loro componente sonora che, salvo qualche eccezione²², è stata esclusa dalla ricerca sociale o è stata affrontata con gli strumenti inadeguati (per la *popular music*) della critica tramite notazione. Secondo Shuker, c'è un'evidente assenza di analisi testuali del rock, che invece si concentrano su aspetti squisitamente musicali²³. Ciò ha prodotto delle ricerche incomplete o con risultati, in alcuni casi, fuorvianti²⁴. Come sostiene Frith, «tanta parte dell'analisi musicologica sulla popular music manca il bersaglio: il suo oggetto di studio, cioè il testo discorsivo che costruisce, non coincide col testo ascoltato»²⁵. La parte musicale a cui si fa riferimento non è costituita solo da ciò che può essere trascritto eventualmente in notazione, bensì, più in generale, dall'«impronta sonora» d'una canzone, così come viene concepita e realizzata nello studio di registrazione²⁶. Per Fabbri, «il suono della popular music è particolarmente importante [...]. Non pochi dei valori sociali e comportamentali che vengono associati a questa musica [...] sono legati più al suono d'insieme che ai singoli elementi»²⁷. Nella maggior parte dei generi della *popular music*, gli elementi musicali più rappresentativi sono il timbro e l'inflessione²⁸.

Quello qui presentato è un approccio inedito d'analisi, che integra gli algoritmi di riconoscimento del suono utilizzati da Spotify per classificare le canzoni. I vantaggi principali sono tre. In primo luogo, è possibile analizzare la parte musicale d'un brano senza il ricorso all'inadatta trascrizione su spartito, che peraltro richiederebbe importanti conoscenze specialistiche. Non solo: i parametri estratti dalla piattaforma hanno il pregio di non riguardare solo gli elementi di base della teoria musicale, ma anche (almeno in parte) quel «suono d'insieme» di cui parla Fabbri. In secondo luogo, l'analisi può essere condotta in modo oggettivo e riproducibile, assicurandone la scientificità. Infine, si hanno rapidamente a disposizione tutta una serie di metadati descrittivi, sui quali è possibile effettuare delle analisi anche molto sofisticate. Il limite di questo approccio deriva dall'«opacità» degli algoritmi usati da Spotify; dalla mancanza

documentation/web-api/reference/#/operations/get-several-audio-features > [consultato il 12 agosto 2022].

²² Nobile, ad es., ha fatto ricorso ad un sistema di classificazione del ritmo, della melodia, dell'arrangiamento e delle influenze stilistiche delle canzoni, tramite una scheda per l'analisi del contenuto come inchiesta. NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., cap. 9. Peroni ha invece proposto un *framework* metodologico interdisciplinare per lo studio del rapporto tra storia contemporanea e canzone popolare. PERONI, Marco, *Il nostro concerto. La storia contemporanea tra musica leggera e canzone popolare*, Milano, Bruno Mondadori, 2005.

²³ SHUKER, Roy, *Understanding Popular Music Culture*, New York, Routledge, 2016, cap. 5.

²⁴ FRITH, Simon, *Performing Rites: Evaluating Popular Music*, Oxford, Oxford University Press, 1998.

²⁵ ID., «What is good music?», in *Canadian University Music Review*, 10, 2/1990, pp. 92-102.

²⁶ MOORE, Allan F., *Rock: The Primary Text. Developing a musicology of rock*, Aldershot, Ashgate, 2001; MIDDLETON, Richard (ed.), *Reading Pop. Approaches to Textual Analysis in Popular Music*, Oxford, Oxford University Press, 2003.

²⁷ FABBRI, Franco, cit. in PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 30.

²⁸ SHEPHERD, John, *Dal testo al genere: musica, comunicazione e società*, in D'AMATO, Francesco (a cura di), *Sound tracks. Tracce, convergenze e scenari degli studi musicali*, Roma, Meltemi, 2001, pp. 77-78.

d'una qualsiasi attività umana d'interpretazione (limite che condivide con alcuni altri approcci di matrice computazionale); e dagli scopi della classificazione, che ovviamente sono di tipo commerciale, di profilazione e di marketing.

Nel *database* non è stato inserito il genere della canzone. Quello del genere, infatti, è un tema molto dibattuto nell'ambito dei *popular music studies*²⁹, in quanto concetto emico, culturalmente e storicamente definito e connotato³⁰. Non esistono, pertanto, criteri oggettivi per assegnare un genere preciso a un brano³¹.

2. Parole di ieri e di oggi

Il *database* è stato diviso in sei decenni e comprende: 26 canzoni degli anni Sessanta, 35 degli anni Settanta, 8 degli anni Ottanta, 10 degli anni Novanta, 11 degli anni Duemila e 10 degli anni Dieci del XXI secolo³². L'analisi ha riguardato solo i brani in italiano, i quali – a differenza di quanto avviene in altri mercati – sono largamente prevalenti nelle posizioni più alte delle classifiche del nostro Paese rispetto ai brani stranieri³³.

L'obiettivo della ricerca era quello di delineare l'immaginario che emerge sia dai testi sia dalla musica delle canzoni in cima alle classifiche, individuandone temi, emozioni e dimensioni di senso latenti nel corso degli anni. L'immaginario può essere inteso come: «Un insieme di valori, relazioni e modelli comportamentali basati sulla condivisione di un patrimonio di narrazioni e rappresentazioni apprese e rielaborate attraverso l'esperienza»³⁴. A partire dal secondo dopoguerra, esso si è andato sempre più materializzando nei prodotti delle industrie dell'intrattenimento, i quali diventano – loro malgrado – lo “specchio delle rappresentazioni” prodotte e recepite all'interno d'una collettività. Nelle parole di Peroni, «non potremo in nessun caso concederci di considerare le canzoni come uno *specchio* della realtà storica [...] ma come sue *rappresentazioni*, prodotte e recepite all'interno di una collettività che condivide un codice

²⁹ MARINO, Gabriele, *Frammenti di un disco incantato. Teorie semiotiche, testualità e generi musicali*, Roma, Aracne, 2020, pp. 78-81.

³⁰ FABBRI, Franco, *Il tempo di una canzone. Saggi sulla popular music*, Milano, Jaca Book, 2021, cap. “Come nascono, cambiano, muoiono i generi? Convenzioni, comunità e processi diacronici”.

³¹ Da qualche tempo, si sono cominciate a diffondere delle piattaforme che consentono, attraverso l'intelligenza artificiale (in particolare, il *machine learning*), di riconoscere più oggettivamente il genere dei brani (ad es.: *Cyanite*, URL: < <https://cyanite.ai/> > [consultato il 13 agosto 2022]). Queste piattaforme sono orientate prevalentemente al *marketing* e servono a “taggare”, suggerire brani simili, creare *playlist* algoritmiche ecc.

³² La scarsa presenza di brani degli anni Ottanta è verosimilmente dovuta alla crisi del disco di quegli anni, in particolare il 1983. Cfr. DE LUIGI, Mario, *Storia dell'industria fonografica in Italia*, Milano, Musica e Dischi, 2008.

³³ CILIO, Stefano, *Mezzo secolo di ritornelli*, cit., pp. 255-256, e anche BORGNA, Gianni, *Storia della canzone italiana*, Milano, Mondadori, 1992, p. 420.

³⁴ CARUSI, Paolo, *Storia, popular music e immaginario. Un melting pot interdisciplinare*, in CARUSI, Paolo, MERLUZZI, Manfredi (a cura di), *Note tricolori. La storia dell'Italia contemporanea nella popular music*, Pisa, Pacini, 2021, pp. 13-27, p. 25.

comune»³⁵ e in cui si sovrappongono modelli culturali e “attrezzature mentali”. Quella che viene qui viene messa a fuoco è – come detto – una parte ristretta, la più popolare, di questo immaginario; la “cima”, costituita dai singoli da *hit-parade*, che non pretende di rappresentare tutta la produzione musicale dei sei decenni esaminati.

L'approccio più diffuso all'analisi dei testi, nelle scienze sociali, è quello della *content analysis*. L'idea che sta alla base di questo approccio è che una parola è tanto più importante, in un testo, quanto più essa è presente³⁶. Questa tecnica è stata impiegata diffusamente nell'analisi delle canzoni³⁷, sebbene vari autori ne abbiano denunciato lo scarso potere euristico ed una serie di limiti metodologici. Frith, ad esempio, ha criticato l'idea semplicistica di contare le parole, come se avessero lo stesso peso in ogni canzone; il fatto di considerarle separatamente, fuori dal contesto; il mancato credito agli imprescindibili aspetti musicali; l'assunzione, più generale, che gli ascoltatori prestino particolare attenzione ai testi³⁸. C'è chi ha proposto di associare una *thick description* di matrice etnografica e interpretativa ai risultati delle analisi più quantitative, chiamando in causa questioni di genere, etnia, identità, geografiche e di potere³⁹. Va osservato, tuttavia, che non esiste solo un tipo di *content analysis* e che questa tecnica è molto cambiata nel tempo, oscillando tra la classica propensione quantitativa e più recenti declinazioni di tipo qualitativo⁴⁰.

La tecnica più semplice di analisi del contenuto è l'analisi delle occorrenze. La fig. 1, mostra una *tag cloud* con tutti i lemmi presenti nel *corpus* analizzato⁴¹, che potrebbe suggerire

³⁵ PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 12.

³⁶ Cfr. TIPALDO, Giuseppe, *L'analisi del contenuto e i mass media*, Bologna, Il Mulino, 2014. Diverso è il lavoro d'analisi dei linguisti, che si occupano del rapporto della canzone con la poesia, delle questioni metriche e stilistiche ecc. Cfr., ad es., BORGNA, Gianni, SERIANNI, Luca (a cura di), *La lingua cantata. L'italiano nella canzone dagli anni Trenta ad oggi*, Roma, Garamond, 1994; ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit.; ZULIANI, Luca, *L'italiano della canzone*, Roma, Carocci, 2018.

³⁷ Riferimenti seminali e classici sono quelli di: PEATMAN, John Gray, *Radio and Popular Music*, in LAZARSELD, Paul F., STANTON, Frank N. (eds.), *Radio Research 1942-1943*, New York, Duell, 1944, pp. 335-393; MOONEY, Hughson F., «Song, Singers and Society, 1890-1954», in *American Quarterly*, 6, 3/1954, pp. 221-232; HORTON, Donald, «The dialogue of courtship in popular songs», in *American Journal of Sociology*, 52, 1957, pp. 569-578; CAREY, James T., «Changing courtship patterns in the popular song», in *American Journal of Sociology*, 74, 1969, pp. 720-731; COLE, Richard R., «Top songs in the sixties», cit. La prima ricerca sistematica sui contenuti delle canzoni in inglese è di ANDERSON, Bruce, BERGER, David G., DENISOFF, R. Serge, ETZKORN K. Peter, HESBACHER, Peter, «Love Negative Lyrics: Some Shifts in Stature and Alterations in Song», in *Communications*, 7, 1/1981, pp. 3-20.

³⁸ FRITH, Simon, *Performing Rites*, cit.

³⁹ Il riferimento è al lavoro di Clifford Geertz. Cfr. TITON, Jeff T., *Textual analysis or thick description?*, in CLAYTON, Martin, HERBERT, Trevor, MIDDLETON, Richard (eds.), *The cultural study of music*, New York, Routledge, 2012, pp. 75-85; inoltre, GRAZIAN, David, «Opportunities for ethnography in the sociology of music», in *Poetics*, 32, 2004, pp. 197-210.

⁴⁰ PANDOLFINI, Valeria, *Il sociologo e l'algoritmo. L'analisi dei dati testuali al tempo di Internet*, Milano, FrancoAngeli, 2017, pp. 24-28; TIPALDO, Giuseppe, *L'analisi del contenuto e i mass media*, cit.; LOSITO, Gianni, *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, Milano, FrancoAngeli, 2007.

⁴¹ Nell'analisi del contenuto, i *corpus* vengono generalmente pretrattati. Oltre alla rimozione d'errori, punteggiatura e *stopword* (parole senza significato come: congiunzioni, articoli, preposizioni ecc.), si procede alla lemmatizzazione, che consiste nella riduzione della forma flessa di una parola alla sua forma

corpus). I pronomi “tu” e “te” si ritrovano nella maggior parte delle canzoni da *hit-parade*. Per effetto della potente connessione emotiva che essi riescono a stabilire tra interprete e ascoltatore, infatti, la loro presenza favorisce – come è stato dimostrato⁴⁶ – un maggior successo in classifica. Viene anche evocato il contesto, lo sfondo del discorso o del dialogo d’amore: la notte, il mare, le onde, il giorno. Infine, altre parole rimandano alle emozioni (“vita”, “bello”, “sentire”, “volare”, “paura”) o a parti del corpo (“mani”, “occhi”).

Tab. 1. I lemmi più frequenti per ogni decennio: 1960-2019.

Decennio												Tutto il corpus	
Sessanta	n.	Settanta	n.	Ottanta	n.	Novanta	n.	Duemila	n.	Dieci	n.	corpus	n.
tu	91	tu	182	io	22	io	46	io	45	Pulcino_Pio	45	tu	354
te	73	io	89	tu	17	tu	34	te	43	te	33	te	260
amore	42	amore	87	volare	17	onda	32	rosa	24	radio	24	io	246
io	30	te	80	luna	16	nome	21	soli	24	tornare	20	amore	186
per_me	24	amo	37	noi	14	fermare	20	paura	22	amore	19	noi	82
noi	23	lasciare	36	te	14	pensare	17	amore	20	casa	16	lasciare	71
mondo	22	donna	31	mondo	13	te	17	chiedere	20	io	14	vedere	66
vedere	20	noi	31	notte	13	vivo	17	tu	19	Marlena	14	per_me	65
cuore	18	grande	30	amico	12	sole	16	nuovo	18	gallina	12	vita	60
lasciare	18	lei	28	esatto	12	mito	14	perdono	15	mare	12	grande	53
matto	17	unico	28	viva	11	positivo	13	vita	14	gallo	11	notte	53
amo	16	via	28	vicino	9	bello	12	bambino	12	musica	11	chiedere	50
finire	14	per_me	27	amo	8	mondo	12	grande	11	restare	11	bello	48
capire	13	Sandokan	26	amore	8	vedere	12	pace	11	tu	11	tornare	48
verità	13	dammi	24	mamma	8	noi	11	scusa	11	mondo	10	cuore	47
vita	12	Dio	24	sentire	8	amore	11	sorriso	11	sentire	10	donna	45
mare	11	notte	21	matto	7	per_me	10	amicizia	10	tacchino	10	sentire	45
occhio	11	chiedere	20	tempo	7	estate	9	passare	10	volare	10	lei	44
piacere	11	giorno	20	bang	6	solaio	9	porgere	10	bello	9	mare	44
piangere	11	anima	19	capire	6	vivere	9	posa	10	piccione	9	pensare	42
sera	11	folle	18	fondo	6	bere	8	regalami	10	prendere	9	prendere	41
soli	11	morire	18	parlare	6	fiatone	8	rodere	10	trovare	9	restare	41
giorno	10	prendere	18	rock	6	pedalare	8	vedere	10	cadere	8	nuovo	40
girare	10	sentire	18	canzone	5	rosso	8	cuore	9	cane	8	volare	40
restare	10	bello	17	confusione	5	storia	8	dammi	9	gatto	8	unico	39
ragazzo	9	insieme	17	dormire	5	sudare	8	mano	9	cercare	7	insieme	37
sola	9	vedere	17	fermare	5	vita	8	novembre	9	freddo	7	giorno	36
trovare	9	vita	17	fianco	5	avventura	7	scordare	9	luce	7	mano	36
vero	9	forza	16	lei	5	insieme	7	sostanza	9	mano	7	occhio	36
				prova	5	occhio	7	insieme	8	notte	7	onda	35
				ragazzo	5	ragazzo	7	prendere	8	passare	7	paura	35
				tenere	5	via	7	sogni	8	vedere	7		
				vita	5								

⁴⁶ PACKARD, Grant, BERGER, Jonah, «Thinking of You: How Second-Person Pronouns Shape Cultural Success», in *Psychological Science*, 31, 4/2020, pp. 397-407.

Queste parole sono cambiate nel tempo. Facendo sempre riferimento alla tab. 1, vediamo come l'amore scenda alcune posizioni in classifica negli anni Ottanta, ancora più negli anni Novanta, e poi risalga negli ultimi due decenni⁴⁷. Tale cambiamento – che, ad esempio, comincia a sostituire il sesso all'amore, a partire dagli anni Ottanta⁴⁸ – può essere spiegato da tendenze storiche e culturali, che hanno visto diventare la società italiana sempre più individualistica⁴⁹, dal lascito dei movimenti femministi⁵⁰ e dagli effetti del referendum sul divorzio, dal ritardato ingresso nel mondo del lavoro dei giovani, i maggiori fruitori di “musica leggera”, che nel passato coincideva, di solito, col matrimonio e la nascita dei figli⁵¹.

Nelle canzoni di successo degli anni Settanta, mancano riferimenti agli argomenti politici che impegnavano il cantautorato italiano⁵², mentre il tema amoroso è ancora fortemente presente. Il cantautorato, in effetti, «tendeva a rimanere un fenomeno di nicchia: nonostante [...] la percezione diffusa dell'epoca, la canzone italiana continuava a essere oggetto meramente consumistico e di puro *loisir*»⁵³. In quel decennio, sorprendentemente, «la canzone orientata alla sfera pubblica ha toccato il suo punto più basso»⁵⁴. È stato più il rock, in ogni caso, a cantare la politica, già a partire dagli anni Sessanta⁵⁵. Ma c'è da dire che i testi erano spesso il risultato d'una mediazione con il sistema dei media, che spesso sfiorava la censura (o l'autocensura)⁵⁶. Ciò è evidente nel fenomeno delle *cover* italiane dei successi *beat*, a cui le traduzioni somigliavano «solo nella misura in cui si accettava il principio dell'universalità del linguaggio rock che, in quanto tale, superava ogni barriera linguistica e faceva del “feeling” che lo connotavano la sua unica e autentica forma espressiva»⁵⁷. Una spiegazione più profonda di questa “assenza della politica” si potrebbe rintracciare nella natura di “rivolta esistenziale” che ha caratterizzato il Sessantotto italiano⁵⁸, mentre provava a prendere piede, nel Paese, una forma peculiare d'individualismo postmoderno. «Se il boom degli anni sessanta aveva instillato robuste dosi di individualismo [...],

⁴⁷ Per una storia delle canzoni d'amore in Italia, come specchio dei cambiamenti delle rappresentazioni del Paese, cfr. BEATRICE, Luca, *Canzoni d'amore*, Milano, Mondadori, 2018.

⁴⁸ BERSELLI, Edmondo, *Canzoni. Storie dell'Italia leggera*, Bologna, Il Mulino, 2007, p. 137.

⁴⁹ GERVASONI, Marco, *Storia d'Italia degli anni ottanta. Quando eravamo moderni*, Venezia, Marsilio, 2010.

⁵⁰ DI CORI, Paola, *Culture del femminismo. Il caso della storia delle donne*, in BARBAGALLO, Francesco (a cura di), *Storia dell'Italia repubblicana*, vol. 10, Torino, Einaudi, 1995, pp. 803-861.

⁵¹ Cfr., ad es.: BUZZI, Carlo, CAVALLI, Alessandro, DE LILLO, Antonio (a cura di), *Rapporto giovani. Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, Bologna, Il Mulino, 2007.

⁵² FANELLI, Antonio, *Contro canto. Le culture della protesta dal canto sociale al rap*, Roma, Donzelli, 2017; SANTORO, Marco, *Effetto Tenco. Genealogia della canzone d'autore*, Bologna, il Mulino, 2010.

⁵³ NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 134.

⁵⁴ *Ibidem*.

⁵⁵ *Ibidem*, p. 136.

⁵⁶ CRAINZ, Guido, *Storia del miracolo italiano*, Roma, Donzelli, 1996, p. 174. Di Borgna, cit. in PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 131, invece, è la definizione di “compromesso storico canoro”.

⁵⁷ BALESTRINI, Nanni, MORONI, Primo, *L'orda d'oro 1968-1977. La grande ondata rivoluzionaria e creativa, politica ed esistenziale*, Milano, Feltrinelli, 1988, p. 63. Cfr., inoltre, PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit.

⁵⁸ *Ibidem*, cap. 2.

non era comunque riuscito ad affermare questo paradigma [...]. La talpa dell'individualismo (del mercato e del consumo) aveva tuttavia continuato a scavare, come si vide [...] già negli anni settanta»⁵⁹.

Negli anni Ottanta, sembra prevalere una dimensione di svago e vita notturna (“luna”, “mondo”, “notte”, “amico”, “bang”, “confusione”, “dormire”, “vita”), con lemmi autoreferenziali che riguardano la musica stessa (“rock”, “canzone”). Il termine “io” raggiunge il primo posto e lo manterrà fino agli anni Dieci del XXI secolo⁶⁰. È, infatti, l'epoca del “riflusso” e del “rifugio nel privato”, in cui si prendono le distanze dall'impegno politico e dai suoi eccessi, e la televisione commerciale acquisisce un ruolo egemone nell'industria culturale italiana⁶¹. Il movimento si sfarina, contrassegnato dalla nascita d'una variegata pluralità di “comunità di stile”, in cui la musica si caratterizza come «il principale fattore di aggregazione e riconoscimento»⁶² (si pensi ai “paninari” e al loro legame col gruppo inglese dei Duran Duran). In quegli anni, Sanremo ritorna in grande spolvero come appuntamento strategico per l'industria musicale italiana⁶³.

Gli anni Novanta, dal canto loro, appaiono caratterizzati da una forte soggettività, sostenuta da una certa spinta vitalistica (“io”, “nome”, “vivo”, “positivo”, “bello”, “vedere”, “vivere”, “bere”, “pedalare”, “sudare”, “avventura”), mentre il pronome “noi” crolla fra le occorrenze⁶⁴, per non ritornarci più nei decenni successivi, come a completare il percorso individualistico inauguratosi con gli anni Ottanta⁶⁵. Quando è presente, nel “noi” – come afferma Berselli, con riferimento a Vasco Rossi – c'è solo una «moltitudine di individui», e non la società⁶⁶. Non è un caso, che in questo periodo s'affermi la cosiddetta musica “indipendente”, in cerca d'un nuovo mercato⁶⁷. Questa svolta *indie* è facilmente accostabile a ciò che, nel frattempo, stava avvenendo a livello politico: la caduta del muro di Berlino e le risposte localistiche al dilagare della globalizzazione. “Internet” e “globalizzazione” sono, appunto, le parole che più ricorrono nel dibattito pubblico.

⁵⁹ GERVASONI, Marco, *Storia d'Italia degli anni ottanta*, cit., p. 14.

⁶⁰ Cfr. anche NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 131.

⁶¹ BORGNA, Gianni, *Storia della canzone italiana*, cit.; PIVATO, Stefano, *La storia leggera. L'uso pubblico della storia nella canzone italiana*, Bologna, Il Mulino, 2002. Per un ulteriore approfondimento storico, cfr. GERVASONI, Marco, *Storia d'Italia degli anni ottanta*, cit.; GOZZINI, Giovanni, *La mutazione individualista. Gli italiani e la televisione 1954-2011*, Bari-Roma, Laterza, 2011; FORGACS, David, *L'industrializzazione della cultura italiana (1880-2000)*, Bologna, Il Mulino, 2000.

⁶² MANCONI, Luigi, *Solidarietà ed egoismo*, Bologna, Il Mulino, 1990, p. 154. Cfr., inoltre, CASAMASSIMA, Pino, *Movimenti. Dagli indiani metropolitani agli indignati: le mille stagioni della rivolta globale*, Milano, Sperling & Kupfer, 2013; SPAZIANTE, Lucio, *Dai beat alla generazione dell'iPod. Le culture musicali giovanili*, Roma, Carocci, 2010.

⁶³ TOMATIS, Jacopo, *Storia culturale della canzone italiana*, Milano, Il Saggiatore, 2019, cap. 10, par. “Sanremo negli anni ottanta”.

⁶⁴ «Spesso, il collettivismo espresso attraverso le forme verbali coniugate in prima persona plurale è servito a sottolineare l'appartenenza alla cosiddetta controcultura». NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 93. Ma, più prosaicamente, il “noi” era opposto al “voi”, come segno d'una divisione in primo luogo generazionale. BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 61.

⁶⁵ GOZZINI, Giovanni, *La mutazione individualista*, cit.

⁶⁶ BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 134.

⁶⁷ TOMATIS, Jacopo, *Storia culturale della canzone italiana*, cit., cap. 10, par. “Autori e indipendenti”.

«Entrambe rimandano alla rivoluzione digitale innescata negli anni ottanta e hanno pesanti ricadute sulla musica»⁶⁸. Dal punto di vista dei pubblici, comincia una tendenza all'ascolto debole, distratto e diffuso⁶⁹. La spinta all'indipendenza, però, può essere letta anche come reazione a un tratto peculiare degli anni Novanta, che ha avuto i suoi riflessi nell'intrattenimento: l'emergere d'una nuova classe subalterna, né proletaria né borghese, che fa fatica a sostenere la società dei consumi, riuscendoci solo grazie a forme non convenzionali d'aiuto economico (piccole speculazioni, doppi lavori, pensioni d'anzianità ecc.)⁷⁰.

Fra i lemmi più frequenti nella colonna degli anni Duemila, nella tab. 1, vi sono “soli” e “paura”, insieme ad “amore”. Allo stesso tempo, si può scorgere una sorta di tensione etica o valoriale (“perdono”, “bambino”, “pace”, “scusa”, “amicizia”, “insieme”), forse come risposta al clima di crisi del decennio, che comincia con l'attentato terroristico alle Torri Gemelle e si conclude con la grande crisi economica e l'acuirsi delle diseguaglianze sociali⁷¹. La rinascita del tema amoroso è collegata con questo clima di crisi. In un mondo anomico, schiacciante, impersonale, in rapida trasformazione e con una sfera pubblica asfittica, l'amore acquista un'importanza crescente e costituisce una sorta di ultima salvezza, la sola dimensione in cui gli individui possono veramente incontrarsi e legarsi con gli altri⁷².

Gli anni Dieci, infine, ci restituiscono una lista di lemmi piuttosto “sporca”, per effetto d'un linguaggio che s'è fatto sempre più ibridato ed entropico⁷³; ma fortemente condizionata da due canzoni di grande successo: *Il pulcino Pio*, la frivola *hit* del 2012, che spiega la presenza fra i lemmi dei vari nomi di animali; e *Torna a casa* (2018) dei Måneskin. Domina ancora il tema dell'amore, anche se con un intorno di parole diverse, che suggeriscono il ristabilimento d'un precedente stato di cose. Altri lemmi evocano atmosfere e scenari idealtipici e rarefatti (“mare”, “mondo”, “volare”, “freddo”, “luce”, “notte”).

La *content analysis* è una tecnica spesso criticata per il suo scarso potere euristico. Il conteggio dei singoli lemmi, infatti, ne dissolve gran parte del significato, che dipende dal contesto di altre parole. Nel caso della *popular music*, inoltre, c'è anche il problema della ripetizione di parole nell'ambito di una stessa canzone, che determina uno sbilanciamento delle frequenze complessive. Senza contare il fatto che nell'analisi è centrale anche la parte musicale (melodia,

⁶⁸ PRATO, Paolo, *La musica italiana. Una storia sociale dall'Unità a oggi*, Roma, Donzelli, 2010, p. 401.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 405.

⁷⁰ «La ‘massa’ è indifferenziata e politicamente inutilizzabile [...]. Comprende un luogo dello scambio, e quindi prodotti, merci, oggetti, promozioni, emozioni. Depurata dall'inessenziale, si presenta come ricettività assoluta», a cui vengono proposti «consumi tendenzialmente degradati». BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 162, 161.

⁷¹ FLORES, Marcello, *Il mondo contemporaneo 1945-2020*, Bologna, Il Mulino, 2021.

⁷² BECK, Ulrich, BECK-GERNSHEIM, Elisabeth, *Il normale caos dell'amore*, Torino, Bollati Boringhieri, 1996 [ed. or.: *Das ganz normale Chaos der Liebe*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1990].

⁷³ ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit.

armonia, ritmo, voce, accento, strumenti, arrangiamento, effetti, *sound* complessivo) e, assieme ad essa, tutto un contesto intermediale e di ricezione⁷⁴.

Tab. 2. Indici di ricchezza lessicale per decennio: 1960-2019

Ricchezza lessicale	Decennio					
	'60	'70	'80	'90	'00	'10
Root TTR	13,827	21,499	14,705	17,225	14,746	18,948
Corrected TTR	9,778	15,202	10,398	12,180	10,427	13,398
Hapax/Types	0,510	0,594	0,672	0,701	0,673	0,687

Gli indici di ricchezza lessicale possono costituire una prima risposta al problema delle ripetizioni. Consentono, infatti, di capire quante parole diverse sono state usate in un testo a parità di dimensioni. Ma soprattutto possono essere usati per misurare la complessità dei testi, la competenza linguistica, oltre che il livello d'istruzione di chi scrive ecc. Esistono numerosi indici di questo tipo⁷⁵. Nella tab. 2, sono riportati i più diffusi, calcolati sulle raccolte di canzoni per ogni decennio⁷⁶. Essi possono essere letti in chiave comparativa, non dipendendo dalle dimensioni del *corpus*.

Gli anni Sessanta sono il decennio con la ricchezza lessicale più bassa. In quegli anni, la *popular music* ha definito una nuova forma-canzone, dopo l'eredità del melodramma e della canzone napoletana⁷⁷, che ha poi subito numerose evoluzioni nei decenni successivi. La critica *engagé* parlava spregiativamente di canzone "gastronomica", alludendo alla musica Sanremese e di consumo⁷⁸. Negli anni Settanta, invece, abbiamo i valori più alti di Root TTR e Corrected TTR. Ciò si spiega col maggiore impegno degli autori, in quel periodo, nel proporre testi più sofisticati, innovativi, impegnati; pur non rinunciando, e anzi attingendo, al lessico e alla sintassi della lingua parlata e colloquiale⁷⁹. Nel *corpus* esaminato, è il caso, ad esempio, di *4 Marzo 1943*⁸⁰, che rimane per quindici settimane nella Top 10 del 1971, o *Il carrozzone*⁸¹. Si tratta di un'esperienza breve, che anticipa il ritorno a una maggiore semplificazione dei testi da classifica negli anni Ottanta.

⁷⁴ SIBILLA, Gianni, *I linguaggi della musica pop*, Milano, Bompiani, 2003; PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., cap. 1.

⁷⁵ Cfr. TUZZI, Arjuna, *L'analisi del contenuto. Introduzione ai metodi e alle tecniche di ricerca*, Roma, Carocci, 2003, pp. 127-131.

⁷⁶ Gli indici sono stati calcolati con il software T-Lab (URL < <https://www.tlab.it/?lang=it> >) [consultato il 28 agosto 2022]. Ho ommesso il Type Token Ratio (TTR), perché considerato troppo grossolano. Cfr. BOLASCO, Sergio, *L'analisi automatica dei testi. Fare ricerca con il text mining*, Roma, Carocci, 2013, p. 209.

⁷⁷ PRATO, Paolo, *La musica italiana*, cit.; SOMIGLI, Paolo, *La canzone in Italia. Strumenti per l'indagine e prospettive di ricerca*, Roma, Aracne, 2010. Si pensi al ruolo di "tutoraggio" che hanno giocato le cover delle canzoni straniere negli anni Sessanta.

⁷⁸ PIVATO, Stefano, *La storia leggera*, cit., p. 92.

⁷⁹ SANTORO, Marco, *Effetto Tenco*, cit.; ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit.

⁸⁰ DALLA, Lucio, *4 Marzo 1943*, RCA Italiana, 1971.

⁸¹ ZERO, Renato, *Il carrozzone*, Zerolandia/RCA Italiana, 1979.

Nell'ultimo decennio, assistiamo a una risalita della ricchezza lessicale, che si avvicina a quella degli anni Settanta.

L'ultimo indice riportato nella tab. 2, Hapax/Types, merita un discorso a parte. Esso descrive, infatti, meglio d'ogni altro, l'incidenza dei termini usati una sola volta (gli hapax). Si potrebbe parlare, in questo caso, di «riccatezza lessicale»⁸². Qui possiamo notare un incremento dell'indice, con un picco negli anni Novanta, che segnala l'inserimento di parole sempre più nuove nel lessico della canzone italiana, la quale – come detto – s'ibrida con le forme del parlato, col dialetto e con parole d'origine straniera (soprattutto inglesi e spagnole), oltre che arricchirsi con neologismi e termini dello *slang* urbano e giovanile. Una tendenza ch'è stata definita di «eclettismo postmoderno»⁸³, è legata alla crescente globalizzazione e alla proliferazione di neotribù⁸⁴, «culture del consumo»⁸⁵ e «culture silos»⁸⁶, le quali hanno soppiantato le tradizionali subculture, e riguarda anche le musiche e i generi. Questo, ad esempio, l'incipit di *Sei un mito*⁸⁷:

Tappetini nuovi, Arbre Magique
Deodorante appena preso che fa molto chic
Appuntamento alle nove e mezza, ma io
Per non fare tardi forse ho cannato da Dio.

La *content analysis*, negli ultimi anni, s'è avvalsa d'una nuova tecnica, che cerca di misurare il cosiddetto *sentiment* dei testi. Si tratta di provare ad estrarre, misurare e riassumere opinioni e sentimenti soggettivi nei riguardi di oggetti o persone (beni di consumo, celebrità, eventi, personaggi politici ecc.), contenuti in testi di varia natura, utilizzando metodi computazionali⁸⁸. La *sentiment analysis* può essere supervisionata e non-supervisionata. Nel primo caso, si fa ricorso alla codifica manuale di alcuni testi iniziali, sulla base della quale un algoritmo di *machine learning* apprende a classificare testi nuovi. È, questo, un approccio recente, che s'è dimostrato piuttosto affidabile. Nel secondo caso, invece, si ricorre a dizionari di parole, appositamente compilati, per riconoscere emozioni, sentimenti ed opinioni, che possono essere positivi, negativi o neutri.

⁸² NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 205.

⁸³ ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit., p. 59.

⁸⁴ MAFFESOLI, Michel, *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Roma, Guerini e Associati, 2004 [ed. or.: *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1988].

⁸⁵ KOZINETS, Robert V., *Il culto di Star Trek. Media, fan e netnografia*, Milano, FrancoAngeli, 2016 [ed. or.: «Utopian Enterprise: articulating the meaning of Star Trek's Culture of Consumption», in *Journal of Consumer Research*, 28, 1/2001, pp. 67-88].

⁸⁶ ROJEK, Chris, *Pop Music, Pop Culture*, Cambridge, Polity Press, 2011.

⁸⁷ 883, *Sei un mito*, Warner Music Italy, 1993.

⁸⁸ CRISTADORO, Aldo, ARCOSTANZO, Francesca, *Sentiment analysis*, in NATALE, Paolo, AIROLDI, Massimo (a cura di), *Web & Social Media. Le tecniche di analisi*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 2017, pp. 47-58.

Questo è l'approccio maggiormente diffuso, in cui tuttavia è più difficile tener conto delle sfumature e della complessità del linguaggio naturale⁸⁹.

Il *database* che ho costruito contiene dati che si avvalgono di entrambi gli approcci. L'approccio supervisionato viene usato da Spotify per classificare la parte musicale d'una canzone attraverso un parametro, denominato *valence*, che esprime la positività trasmessa dal brano. Le tracce con una *valence* alta suonano più positive (ad es., felici, allegre, euforiche), mentre le tracce con una *valence* bassa suonano più negative (ad es., tristi, depresse, arrabbiate)⁹⁰. L'approccio non supervisionato, basato su dizionario, invece, è stato usato per effettuare una *sentiment analysis* delle parole⁹¹.

Nella tab. 3, possiamo osservare i valori di *valence* media e *sentiment* positivo nei sei decenni esaminati. Per quanto riguarda la *valence*, gli anni Ottanta rappresentano il decennio di gran lunga più positivo (71), seguito con uno scarto consistente dagli anni Sessanta (55,5). Gli anni Settanta hanno il valore più negativo (44,4). Il *sentiment* dei testi, invece, è stato sempre piuttosto positivo nelle canzoni da *hit-parade*. Gli anni Sessanta registrano il valore più alto (73,7%), seguiti dagli anni Novanta (71,8%) e Ottanta (69%); mentre gli anni Dieci del XXI secolo mostrano il valore più basso (60,6%). Le deviazioni standard ci dicono che la *valence* musicale, nei vari decenni, si distribuisce in modo più eterogeneo rispetto al *sentiment* dei testi. La correlazione tra *valence* e *sentiment* è bassa: 0,18. Ciò vuol dire che non sempre la musica e i testi sono coerenti dal punto di vista del *mood* complessivo. Ritorno su questo punto importante nelle conclusioni.

Tab. 3. *Sentiment* e *valence* media per decennio: 1960-2019

	Decennio						Dev. Std.
	Sessanta	Settanta	Ottanta	Novanta	Duemila	Dieci	
Valence media	55,5	44,4	71,0	55,9	48,2	52,7	9,2
% Sentiment positivo	73,7	67,6	69,0	71,8	69,3	60,6	4,5

Ciononostante, i valori osservati tendono a confermare un'immagine positiva, leggera e spensierata degli anni Sessanta, che stavano conoscendo il benessere del boom economico, passando «da una fase di ricostruzione industriale postbellica (un mix tra mondo contadino e

⁸⁹ LIU, Bing, *Sentiment Analysis. Mining opinions, Sentiment, and Emotions*, New York, Cambridge University Press, 2020.

⁹⁰ SPOTIFY FOR DEVELOPERS, «Get Tracks' Audio Features», URL: < <https://developer.spotify.com/documentation/web-api/reference/#/operations/get-several-audio-features> > [consultato il 12 agosto 2022].

⁹¹ Il dizionario italiano utilizzato per l'analisi è quello reperibile in PORCU, Valentina, *Guida al text mining e alla sentiment analysis con R, self publishing*, 2016. La lista delle *stopword* della lingua italiana è reperibile all'URL: < <https://github.com/stopwords-iso/stopwords-it> >. Il software impiegato è NodeXL. URL: < <https://www.smrfoundation.org/nodexl/> > [consultato il 17 agosto 2022].

mondo operaio urbano) a una fase più matura capitalistica»⁹², e degli anni Ottanta, che invece declinavano in senso edonistico e disimpegnato lo spirito del neocapitalismo ultraliberista. Mentre nella canzone degli anni Settanta sembra che si riversi la cupezza dell'*austerity* e degli anni di piombo. I dati relativi agli ultimi decenni, infine, potrebbero esprimere la contraddittorietà della indecidibile condizione postmoderna⁹³.

Nella tab. 4, sono riportati gli altri valori che riguardano l'analisi musicale delle canzoni effettuata da Spotify. Un primo dato molto evidente è quello che riguarda il genere degli interpreti. Il 78% dei brani italiani di successo, tra il 1960 e il 2019, è interpretato da uomini e solo il 14% da donne. Nell'8% dei casi, sono presenti entrambe le voci⁹⁴. Questa disparità è costante nei vari decenni e raggiunge il punto massimo negli anni Settanta. L'unica eccezione è costituita dagli anni Duemila, in cui si registra una perfetta parità tra interpreti maschili e femminili. La questione è stata ampiamente dibattuta in letteratura⁹⁵: quello della *popular music* (soprattutto il rock), infatti, è un mondo al maschile, in Italia come all'estero. Incidono su questo fenomeno, fra gli altri, i modelli di socializzazione adolescenziali, alcune barriere d'accesso alle conoscenze tecniche e musicali non convenzionali, l'iconografia del rock 'n' roll⁹⁶. Nelle canzoni italiane da *hit-parade*, le differenze di genere si mantengono e rafforzano, con un timido riequilibrio solo negli ultimi due decenni.

⁹² BALESTRINI, Nanni, MORONI, Primo, *L'orda d'oro 1968-1977*, cit., p. 4.

⁹³ JAMESON, Fredric, *Postmodernismo ovvero la logica culturale del tardo capitalismo*, Roma, Fazi, 2007 [ed. or.: *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press, 1991].

⁹⁴ Risultati pressoché sovrapponibili si riscontrano in NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 50, su un *corpus* di canzoni di gran lunga più vasto.

⁹⁵ La prevalenza maschile nelle canzoni da *hit parade* è confermata in tutti gli studi, più volte citati, basati sull'analisi del contenuto, che hanno riguardato la canzone nel mondo anglofono.

⁹⁶ Cfr., ad es., gli estratti antologici in BENNETT, Andy, SHANK, Barry, TOYNBEE, Jason (eds.), *The Popular Music Studies Reader*, London, Routledge, 2006, pp. 343-381.

Tab. 4. Analisi musicale per decennio: 1960-2019

		Decennio						Intero <i>corpus</i>
		Sessanta	Settanta	Ottanta	Novanta	Duemila	Dieci	
Voce	<i>Maschile</i>	84,6%	85,7	80,0%	80,0%	45,5%	70,0%	78%
	<i>Femminile</i>	15,4%	8,6%	10,0%	0,0%	45,5%	10,0%	14%
	<i>Dual</i>	0,0%	5,7%	10,0%	20,0%	9,0%	20,0%	8%
Modo	<i>Maggiore</i>	88,5%	65,7%	87,5%	50,0%	63,6%	50,0%	70%
	<i>Minore</i>	11,5%	34,3%	12,5%	50,0%	36,4%	50,0%	30%
Tempo	<i>3/4 o 6/8</i>	30,8%	8,6%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	12%
	<i>4/4 o 2/4</i>	69,2%	91,4%	100,0%	100,0%	90,9%	100,0%	88%
Bpm medi		121,0	113,0	120,4	116,7	126,2	112,7	117,5
Durata media (minuti)		3,3	4,3	4,1	4,6	4,1	3,4	3,9
Loudness media (in dB)		-9,85	-10,98	-8,97	-6,16	-6,28	-5,58	-8,99
Ballabilità media		42,9	45,4	62,2	60,1	58,2	66,3	51,0
Energia media		49,8	46,4	69,2	76,2	62,9	67,9	56,0

Due altri parametri estremamente sbilanciati sono quelli che riguardano il modo (maggiore o minore) e il tempo (3/4 vs 4/4) dei brani. Il 70% delle tracce analizzate da Spotify è scritta in maggiore. Ciò è piuttosto normale per le canzoni di successo, se consideriamo che il modo maggiore evoca atmosfere più allegre, solari e positive. Vi sono, tuttavia, alcune differenze fra i decenni. Il modo maggiore domina negli anni Sessanta e Ottanta, che – come abbiamo visto – sono caratterizzati da un *mood* più positivo, mentre negli anni Novanta e Dieci del XXI secolo possiamo osservare un perfetto equilibrio fra brani scritti in maggiore e minore. Dall'altro lato, la pressoché totale prevalenza di canzoni in 4/4 ci dice che i brani più apprezzati (e comprati) sono quelli più “facili” da ascoltare. Il tempo in 4/4 è largamente maggioritario in tutti i decenni considerati. Solo negli anni Sessanta osserviamo una certa presenza del tempo in 3/4 (circa il 31%). Probabilmente, un'eredità della canzone popolare tradizionale (in 3/4) o l'esito dell'influenza del blues e dello slow rock provenienti dall'estero (in 6/8).

Il dato sui battiti per minuto (bpm) riguarda la velocità dei brani. I picchi più alti si registrano, in ordine decrescente, negli anni Duemila, Sessanta e Ottanta. La musica techno, dance, EDM, ad altissima frequenza di bpm, diffusasi negli ultimi anni, non è comunque presente nei brani di successo qui esaminati.

La durata media dei brani è molto corta negli anni Sessanta, sale nel corso dei decenni (con un massimo negli anni Novanta)⁹⁷ e torna ai valori degli anni Sessanta solo nell'ultimo decennio. Le ragioni dell'espansione e della contrazione della durata sono diverse. Negli anni Sessanta, si stava ancora sperimentando la forma-canzone della nuova musica giovanile, i dischi venivano ascoltati nei mangiadischi e nei *juke-box*, e i supporti stessi (i 45 giri) erano praticamente agli esordi⁹⁸. Negli anni Settanta, in cui acquisisce maggiore rilevanza l'album a 33 giri, la durata dei brani ha un aumento medio di un minuto. Autori ed interpreti hanno bisogno di più tempo per dare spazio alle loro poetiche, che nel frattempo – come s'è visto – hanno cambiato orientamento emotivo. Nell'ultimo decennio, arriva al culmine la grande guerra, a scopi commerciali, per l'attenzione degli ascoltatori, i quali vengono catturati da canzoni sempre più brevi e con una *loudness* (“presenza”) elevata⁹⁹. Come si vede nella tab. 4, infatti, quest'ultima è salita fino a -5,58 dB negli anni '10 (era a -10,98 dB negli anni Settanta).

L'aumento della *loudness* compromette la dinamica d'una traccia e le sue sfumature musicali, ma la fa sentire più “potente”. È questa potenza che cattura l'attenzione dell'ascoltatore, producendo un piacere d'ascolto più elementare, grezzo ed immediato. Altri vantaggi d'una *loudness* elevata sono la migliore “ascoltabilità” in contesti rumorosi e la migliore resa sui piccoli *speaker* di smartphone e tablet. Il fenomeno è legato al progressivo “rimpicciolimento” e alla smaterializzazione della musica come conseguenza delle innovazioni tecnologiche degli ultimi anni¹⁰⁰: «Si gira (in Italia e nel resto del mondo) con l'intera discoteca casalinga in tasca, compressa in un lettore mp3, mentre i negozi tradizionali sono sostituiti da iTunes e analoghi supermarket virtuali»¹⁰¹. La musica è caratterizzata da alcune tendenze globali¹⁰²: l'accessibilità a qualsiasi genere, la mobilità, la sonorizzazione diffusa, l'ansia d'affermazione, la musica come funzione sociale. In molti di questi casi, alzare il volume percepito diventa una necessità. La questione non è solo tecnica: per alcuni osservatori, la *loudness war* sta proprio cambiando il gusto musicale contemporaneo¹⁰³.

⁹⁷ Anche in questo caso, i dati sono sovrapponibili con quelli di NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 86.

⁹⁸ PRATO, Paolo, *Suoni in scatola. Sociologia della musica registrata: dal fonografo a Internet*, Ancona-Milano, Costa & Nolan, 1999.

⁹⁹ PANTANO, Emanuele, «A che punto è la loudness war», in *extended play*, 6 novembre 2021, URL: <<https://extended-play.it/a-che-punto-e-la-loudness-war/>> [consultato il 18 agosto 2022]. Per *loudness* s'intende il volume percepito d'un brano. Una maggiore *loudness* viene ottenuta “comprimendo” il segnale sonoro, cioè alzando il volume delle parti più basse e abbassando quello delle parti più alte. Ciò permette di sentire la musica come se fosse più potente.

¹⁰⁰ MAGAUDDA, Paolo, *Oggetti da ascoltare: Hifi, iPod e consumo delle tecnologie musicali*, Bologna, Il Mulino, 2012.

¹⁰¹ PRATO, Paolo, *La musica italiana*, cit., p. 404.

¹⁰² *Ibidem*, pp. 406-407.

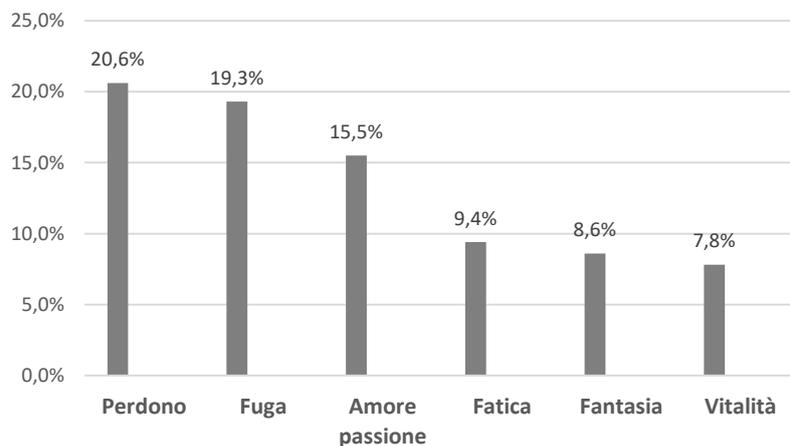
¹⁰³ ZAMPIGHI, Fabrizio, «Ascolto quindi sono (o sono quel che ascolto?). Loudness War e qualità audio», in *SentireAscoltare*, 22 settembre 2014, URL: <<https://www.sentireascoltare.com/articoli/loudness-war-qualita-audio/>> [consultato il 23 agosto 2022]. Sulla relatività e i mutamenti del gusto musicale, cfr. FRITH,

Gli ultimi due parametri interessanti, nell'analisi musicale che effettua Spotify, sono la ballabilità e l'energia. La ballabilità (*danceability*) misura, in una scala compresa tra 0 e 100, quanto un brano si presti a essere ballato, sulla base di vari elementi musicali quali: tempo, stabilità e regolarità ritmica. Essa raggiunge il valore più basso negli anni Sessanta e quello più alto negli anni Dieci del XXI secolo; ma il suo andamento nel tempo è stato sinusoidale, con un altro prevedibile picco negli anni Ottanta. L'energia, invece, ha a che vedere con la velocità, il volume, la rumorosità e l'entropia della traccia. Anch'essa è misurata in una scala compresa tra 0 e 100. Il valore più alto si registra negli anni Novanta. Ma si può dire che, a partire dagli anni Ottanta, s'è mantenuta relativamente alta. Negli anni Settanta, si registra il valore più basso.

3. Temi e significati

Il compito della *content analysis* è anche quello d'individuare in modo più preciso i temi contenuti all'interno di un *corpus*, rispetto alla mera ispezione delle frequenze dei lemmi. Per questo scopo, mi sono avvalso dell'analisi tematica dei contesti elementari (ATCE), supportata dal programma T-Lab¹⁰⁴, che mira a individuare raggruppamenti tematici di parole, a partire dalle loro co-occorrenze. Sono temi che, in genere, fungono da ancoraggi linguistici e di significato ideali, nell'enunciazione d'un discorso.

Fig. 2. *Cluster* tematici nelle canzoni di successo: 1960-2019



Dall'analisi dei testi delle canzoni, sono emersi sette *cluster* tematici, ciascuno con un peso specifico nel *corpus*, espresso in percentuale (cfr. la fig. 2): (1) fantasia (fra i lemmi tipici: “musica”, “stanza”, “fantasia”, “inventare”, “piacere”, “storia”) (8,6%); (2) fuga (lemmi tipici:

Simon, *Performing Rites*, cit.

¹⁰⁴ LANCIA, Franco, *Strumenti per l'analisi dei testi. Introduzione all'uso di T-LAB*, Milano, FrancoAngeli, 2004.

“notte”, “fuggire”, “volare”, “coraggio”, “sparire”, “piacere”, “storia”) (19,3%); (3) fatica (“fiatone”, “pedalare”, “sudare”, “bere”, “prova”, “morte”) (9,4%); (4) vitalità (“vivo”, “positivo”, “onda”, “guerriero”, “illuminare”, “vincere”) (7,8%); (5) perdono (“perdono”, “chiedere”, “pace”, “scusa”, “amicizia”, “porgere”) (20,6%); (6) amore passione (“vita”, “baciare”, “innamorare”, “carezza”, “lacrima”, “amare”) (15,5%)¹⁰⁵. Il settimo *cluster*, il cui contenuto si riferiva quasi esclusivamente alla canzone *Il Pulcino Pio*, è stato escluso dall'analisi. Per le sue peculiarità linguistiche, infatti, determinava delle distorsioni troppo marcate nei risultati¹⁰⁶.

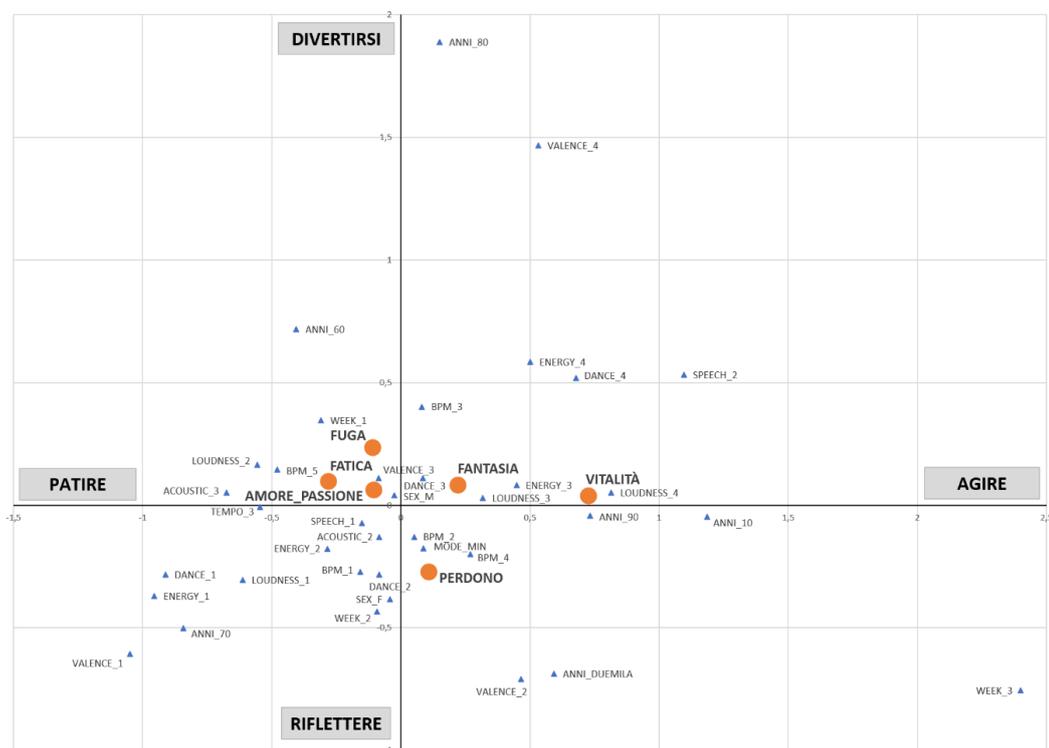
I *cluster* tematici possono essere successivamente orientati semanticamente lungo delle dimensioni di senso latenti, che emergono dall'Analisi delle Corrispondenze Lessicali (cfr. la fig. 3). L'ACL appartiene alle tecniche fattoriali di tipo esplorativo. Viene usata per le parole e consente di studiare un *corpus* in modo molto più sofisticato rispetto alla *content analysis*, perché considera assieme testi (composti da parole o lemmi) e contesti (descritti da variabili di varia natura)¹⁰⁷. Ha due scopi principali: trovare delle regolarità nei dati testuali e individuare poche dimensioni di senso (i fattori, appunto) che possano spiegare tali regolarità. I fattori presi in considerazione sono in genere due, e vengono usati per costruire uno spazio ortogonale, cioè con un asse orizzontale e uno verticale, detto “spazio fattoriale”, il quale mostra l'orientamento semantico di parole, temi e variabili. Le parole, i temi e le modalità delle variabili sono tanto più significativi quanto più sono distanti dall'origine degli assi. Tutte le distanze tra gli oggetti, nello spazio fattoriale, vanno interpretate come differenze di significato. Pertanto, due oggetti distanti tra loro (ad es., due parole, o una parola e una variabile) saranno considerati non correlati, e avranno significati diversi (e, talvolta, opposti) rispetto a un certo asse semantico latente; mentre due oggetti vicini avranno un significato simile.

¹⁰⁵ Le etichette dei temi sono state ricavate dall'insieme di parole che caratterizzano ciascun gruppo.

¹⁰⁶ In sostanza, l'inclusione nelle analisi successive di questo *cluster* molto peculiare “schiacciava” tutti gli altri temi in una sorta d'insieme indifferenziato e “rumoroso”, distorcendo la lettura dei risultati. In statistica, questi valori “eccentrici” prendono il nome di *outliers* e vengono, di norma, eliminati dall'analisi (ad es., quando si calcolano i coefficienti di regressione). DE MAURO, Andrea, *Big data analytics: analizzare e interpretare i dati con il machine learning*, Milano, Apogeo, 2019, cap. 6, par. “Numeric outliers”.

¹⁰⁷ LEBART, Ludovic, SALEM, André, *Analyse statistique des données textuelles*, Paris, Dunod, 1988. L'idea sulla quale si fonda l'ACL è che le parole, prese singolarmente, come avviene nella *content analysis* classica, non abbiano molto senso. Esse acquistano significato solo in associazione o in contrasto con altre parole o gruppi di parole, e quando sono tipiche di certi individui o gruppi di individui. Anche parole con una bassa occorrenza, dunque, possono risultare significative, se specifiche d'una persona o d'un gruppo di persone.

Fig. 3. Temi e dimensioni di significato nelle canzoni di successo: 1960-2019



I due fattori estratti dall'ACL “spiegano” qui il 27,6% del significato del *corpus* analizzato. In altre parole, meno di un terzo del senso complessivo delle canzoni considerate è contenuto nello spazio fattoriale mostrato nella fig. 3. I *cluster* tematici sono contrassegnati in grassetto, con un carattere grande e il simbolo del pallino, mentre le modalità delle variabili sono contrassegnate in tondo, con un carattere piccolo e un triangolino¹⁰⁸.

La dimensione orizzontale (14,6%) rappresenta l'opposizione semantica tra *patire* (a sinistra) e *agire* (a destra)¹⁰⁹, mentre la dimensione verticale (13%) indica la dialettica tra *divertirsi* (in alto) e *riflettere* (in basso)¹¹⁰. Il decennio “geometricamente” più prossimo al *patire* è quello degli anni

¹⁰⁸ Tra queste, sono state considerate variabili “attive”, cioè scelte per discriminare i testi e costruire statisticamente gli assi fattoriali: il decennio, le settimane di permanenza in classifica e il *mood* musicale (*valence*). Le variabili rimanenti vengono dette “illustrative” e vengono proiettate sullo spazio fattoriale per raffinare l'interpretazione dei fattori e delle aree semantiche da questi definite. Cfr. TROBIA, Alberto, *La ricerca sociale quali-quantitativa*, Milano, FrancoAngeli, 2005, pp. 55-62.

¹⁰⁹ Gli elementi con l'indice v-test più elevato sul semiasse sinistro sono, tra gli altri: *valence* bassa, “anima”, “uomo”, “ritrovare”, “per_me”, “amo”, “dispiacere”, “fragile”, “odiare”, “morire”, “soli”, “cuore”, “tremare”; mentre elementi caratterizzanti il semiasse destro sono, tra gli altri: popolarità alta (*week_3*), “onda”, “vivo”, “positivo”, “fermare”, “sostanza”, “vincere”, “avventura”, “arrivare”, *valence* alta. Il v-test è una misura statistica che indica la rilevanza d'una parola, di una variabile o di un cluster su un determinato asse fattoriale. LANCIA, Franco, *T-Lab 10: Manuale d'uso*, 2022, p. 281, URL: < https://www.mytlab.com/Manual_it.zip > [consultato il 30 dicembre 2022].

¹¹⁰ Gli elementi con l'indice v-test più elevato sul semiasse superiore sono, tra gli altri: *valence* alta, “matto”, “radio”, “confusione”, “tribù”, “volare”, “viva”, “mondo”, “amico”, “giro”, “bang”; mentre elementi caratterizzanti il semiasse inferiore sono: *valence* bassa, “scordare”, “giurare”, “sapere”, “mente”,

Settanta. Come s'è visto, sono gli anni della «rivoluzione esistenziale»¹¹¹, che si riflette sui diversi ambiti dell'esperienza giovanile, investendo anche la canzone d'alta classifica. Seguono gli anni Sessanta, «caratterizzati da una propensione verso le formule accorate al punto da sfiorare il patetico»¹¹². Il decennio in cui la spinta ad agire è più presente è quello degli anni Dieci del XXI secolo, in cui la crisi lascia il posto a nuove progettualità individuali e, attraverso la Rete, persino collettive. Sono anni in cui sembrano riaccendersi nuove forme di movimentismo politico (dalla “primavera araba” al successo del Movimento 5 stelle, in Italia), di genere (*Me Too*, movimento LGBT+), ambientalista (Greta Thunberg)¹¹³. I temi che s'oppongono su quest'asse sono quelli della vitalità e della fantasia, da un lato, e la fatica e l'amore passione, dall'altro. Se passiamo a esaminare l'asse verticale, gli anni Duemila e gli anni Settanta sono quelli in cui è più frequente la dimensione della riflessione, mentre divertirsi è tipico degli anni Ottanta, come conseguenza del clima di svago, consumistico e disimpegnato del periodo¹¹⁴. Qui si oppongono i temi del perdono, da un lato, e della fuga dall'altro, rispettivamente il primo e il secondo tema più presente all'interno del *corpus*.

Emergono, inoltre, quattro quadranti di senso: agire e divertirsi, riflettere e agire, patire e riflettere, patire e divertirsi. I *cluster* tematici, prima discussi, a questo punto, possono essere interpretati all'interno di uno spazio semantico coerente.

Nel primo quadrante, che incrocia le dimensioni dell'agire e del divertimento, troviamo i temi della fantasia e della vitalità. Entrambi sono vicinissimi al semiasse dell'agire e molto più lontani dal divertimento. Ciò vuol dire che l'azione e la vitalità non hanno necessariamente uno sbocco edonistico, bensì creativo. Il decennio che rientra maggiormente in questo quadrante è quello degli anni Ottanta (la relativa modalità della variabile decennio è vicinissima all'asse del divertimento, nella fig. 3). Ballabilità, energia, *loudness* e spirito positivo sono qui ai massimi livelli. È l'effetto delle tendenze disco e dello spazio dato al *groove*, in quegli anni, che investe anche Sanremo¹¹⁵. Ma è anche l'effetto della ristrutturazione come sistema intermediale della canzone italiana, che condiziona le strategie di produzione delle canzoni, forzate a inseguire un modello radiotelevisivo¹¹⁶. Storicamente, sono gli anni della via italiana all'individualismo moderno, incarnata nella figura caricaturale dello yuppie. Quest'ultimo diventa «l'emblema di una società che aveva ripreso a muoversi con rapidità ed efficacia [...] e con ottimismo, lo stesso

“abitudine”, “idea”, “aspettare”, “senso”, “pensandoti”.

¹¹¹ BALESTRINI, Nanni, MORONI, Primo, *L'orda d'oro 1968-1977*, cit.

¹¹² NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 97. Per Berselli, «negli atteggiamenti diffusi e nelle autorappresentazioni anche popolari» bisognava «soffrire, sdolorare, e ancora soffrire». BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 47.

¹¹³ FLORES, Marcello, *Il mondo contemporaneo 1945-2020*, cit.

¹¹⁴ GERVASONI, Marco, *Storia d'Italia degli anni ottanta*, cit.

¹¹⁵ FACCI, Serena, SODDU, Paolo, *Il Festival di Sanremo. Parole e suoni raccontano la nazione*, Roma, Carocci, 2011.

¹¹⁶ TOMATIS, Jacopo, *Storia culturale della canzone italiana*, cit., cap. 10, par. “Dischi, radio, televisione”.

degli anni Sessanta, proiettato però non più verso la società ma verso il proprio sé»¹¹⁷, mentre Margaret Thatcher si spinge ad affermare: «There is no such thing [as society]! There are individual men and women»¹¹⁸. Sull'asse verticale, difatti, gli anni Ottanta sono abbastanza vicini agli anni Sessanta, che vengono effettivamente evocati (assieme agli anni Cinquanta) in chiave spesso nostalgica e con riferimenti intertestuali¹¹⁹. Emblematico è il caso di *Vacanze romane*¹²⁰, che miscela, in modo inaudito, vecchio e nuovo, gli anni Cinquanta con il sintetizzatore, aderendo pienamente all'estetica postmodernista.

Nel quadrante che incrocia riflettere e agire, rientrano gli ultimi tre decenni, ma soprattutto gli anni Duemila, caratterizzati – come s'è visto – dalla presenza, nelle canzoni, di parole come “soli” e “paura”. Raccolgono l'eredità della fine degli anni Novanta, quelli – per alcuni sociologi – della “società eticamente neutra”, incerti e percepiti come rischiosi¹²¹, in cui bisogna adottare un atteggiamento «*streetwise*, cioè attento a camminare per strada guardando attentamente intorno a chi si incontra e a che cosa succede di momento in momento»¹²². Ecco, dunque, che perfino le canzoni da *hit-parade* invitano a riflettere, prima di agire, data la mancanza di coordinate ideologiche (è caduto il Muro) e l'anomia alimentata da «un certo spirito ‘clanico’ e di corporazione, una gelosia rapace per i diritti e soprattutto i privilegi acquisiti, divisioni settarie, faziosità tribali e totale incomunicabilità fra mondi sociali separati»¹²³. Nel quadrante, è centrale il tema del perdono. Si canta, ad esempio: «Perdono. Sì, quel che è fatto è fatto. Io però chiedo scusa»¹²⁴; «Beati loro, poi, se scambiano le offese con il bene. Succede anche a noi di far la guerra e ambire poi alla pace»¹²⁵. In questo quadrante, troviamo il valore più alto di popolarità (Week_3), una velocità sostenuta (bpm_4) e un umore medio-basso (Valence_2). La maggior parte delle canzoni scritte in minore e i brani *indie* si collocano in questo quadrante.

Nessuno dei *cluster* tematici emersi dall'analisi è presente nel quadrante che combina patire e riflettere. I temi che caratterizzano maggiormente le canzoni da classifica si sono posizionati su quadranti più “forti”. Qui, invece, s'addensano i valori più bassi di umore (valence_1), energia (energy_1), *loudness* (loudness_1) e ballabilità (dance_1). Il decennio più presente è quello degli anni Settanta, che conferma la sua cupezza complessiva. Un aspetto che va sottolineato è la

¹¹⁷ GERVASONI, Marco, *Storia d'Italia degli anni ottanta*, cit., p. 116.

¹¹⁸ THATCHER, Margaret, «Interview for Woman's Own», in Margaret Thatcher Foundation, URL: < <https://www.margaretthatcher.org/document/106689> > [consultato il 30 dicembre 2022].

¹¹⁹ TOMATIS, Jacopo, *Storia culturale della canzone italiana*, cit., cap. 10, par. “Gusto retrò, modernismo e italianità”.

¹²⁰ MATIA BAZAR, *Vacanze romane*, Ariston, 1983.

¹²¹ BECK, Ulrich, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma, Carocci, 2000 [ed. or.: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1986].

¹²² DONATI, Pierpaolo, COLOZZI, Ivo (a cura di), *Giovani e generazioni. Quando si cresce in una società eticamente neutra*, Bologna, il Mulino, 1997, p. 281.

¹²³ BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit. p. 159.

¹²⁴ FERRO, Tiziano, *Xdono*, EMI, 2001.

¹²⁵ MENGONI, Marco, *L'essenziale*, Sony Music, 2013.

presenza delle interpreti femminili in questo quadrante, soprattutto in corrispondenza della polarità della riflessione. Come ha osservato Nobile: «Svaporato l'effetto trasgressivo [...] degli anni Ottanta, le donne sono tornate a cantare [...] il tema amoroso che [...] ha sempre prevalso tra loro: quello dei malesseri in amore»¹²⁶. E più avanti: «È molto più spesso nelle parole [delle interpreti] che emergono la disillusione, il disincanto, la delusione e la perdita della speranza»¹²⁷. Un quadro che qui viene ribadito¹²⁸.

Il quarto e ultimo quadrante, che unisce le dimensioni ossimoriche patire e divertirsi, ospita la metà dei *cluster* tematici individuati: amore_passione, fatica, fuga. Il primo tema, come mostra la fig. 3, è in realtà molto prossimo all'origine degli assi. Ciò vuol dire che – come si è sottolineato – è un tema trasversale, che attraversa i decenni, le peculiarità musicali e le classifiche di vendita e popolarità. Vediamo, tuttavia, che nelle canzoni di successo, essendo un po' più vicino ai semiassi del patire e del divertirsi, il tema è declinato nei termini d'una dialettica tra sofferenza (in misura maggiore) e godimento (in misura minore). Gli altri due *cluster* sono uno più spostato verso il polo del patire (fatica) e l'altro verso il polo del divertirsi (fuga). Entrambi, comunque, condividono una collocazione ambigua. La fuga, ad esempio, viene cantata, sì, come un patire, sia perché può originare da quest'ultimo sia per le conseguenze negative ch'essa può indurre, dovute al distacco e alla successiva nostalgia; allo stesso tempo, tuttavia, la fuga può essere la risposta a una sofferenza e quindi portare al sollievo, allo svago, al divertimento. Il decennio più emblematico di questo quadrante contraddittorio sono gli anni Sessanta; probabilmente, come esito d'una tensione irrisolta fra tradizione e innovazione nell'Italia del boom economico¹²⁹. Scrive Berselli: «Quella brezza invitante che circolava nell'atmosfera chiamava i figli delle borghesie occidentali, ma anche i figliastri delle classi proletarie, [...] a cercare nel presente e nel futuro occasioni di felicità: o almeno di intrattenimento, o di fuga dalla noia»¹³⁰. Si cantano versi come: «Sorridendoti, la tristezza che nascondi in te porterà via con sé. Se vorrai, questo è il mondo di Suzie Wong»¹³¹; «Ma tu, tu fuggirai e nella notte ti perderai e sola, sola, sola nel buio mi chiamerai... ai... ai ai ai»¹³²; «Sull'eco del concerto, che insieme ci trovò, ripeterò ancor la strada che mi porta a te»¹³³. Per quanto riguarda le caratteristiche musicali, il quadrante è caratterizzato da sonorità acustiche (*acoustic_3*), *loudness* medio-bassa, e una certa velocità dei brani in bpm.

¹²⁶ NOBILE, Stefano, *Mezzo secolo di canzoni italiane*, cit., p. 125.

¹²⁷ *Ibidem*, p. 171.

¹²⁸ Questa particolare declinazione del tema amoroso si rintraccia anche negli studi che hanno riguardato le canzoni americane e inglesi. Cfr., ad es., COLE, Richard R., «Top songs in the sixties», cit., p. 397.

¹²⁹ CRAINZ, Guido, *Storia del miracolo italiano*, cit.

¹³⁰ BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 13.

¹³¹ FIDENCO, Nico, *Il mondo di Suzie Wong*, RCA Italiana, 1960.

¹³² FIDENCO, Nico, *Legata a un granello di sabbia*, RCA Italiana, 1961.

¹³³ BINDI, Umberto, *Il nostro concerto*, Dischi Ricordi, 1960.

4. Conclusioni

La selezione d'un *corpus* di canzoni, per studiare la storia contemporanea, può avvenire seguendo tre criteri: il loro valore artistico, l'impatto sull'opinione pubblica, il successo commerciale¹³⁴. Questo contributo è partito dal presupposto che le classifiche di vendita siano, come afferma Antonelli¹³⁵, lo strumento che meglio d'ogni altro consente di ricostruire le vicende della "musica leggera" e i gusti dei suoi ascoltatori, a maggior ragione quando, come in questo caso, l'obiettivo della ricerca è proprio quello d'esplorare la "cima" della montagna, l'immaginario e le rappresentazioni sociali della canzone d'alta classifica. Il fatto che una canzone incontri «l'attenzione di un pubblico importante, deve sicuramente attirare la curiosità dello storico: il valore documentario di quella musica viene [...] moltiplicato dall'attenzione [...]. Il dato puramente quantitativo e il valore artistico e culturale si intrecciano»¹³⁶. Certo, tale scelta non è esente da "pericoli"¹³⁷, ma consente quantomeno di mettere a fuoco i "rapporti di forza" fra artisti, canzoni, etichette, media, pubblici¹³⁸.

Concludo, dunque, questo lavoro con una riflessione sulle caratteristiche idealtipiche della canzone italiana d'alta classifica degli ultimi sessant'anni e alcune considerazioni di metodo.

Le canzoni di maggior successo sono state scritte in maggiore, col tempo in 4/4 e un *mood* mediamente positivo (anche se, nei testi, non s'è più raggiunta la positività degli anni '60). Sono interpretate da uomini che dialogano idealmente con una donna, usando la seconda persona singolare, e trattano perlopiù il tema dell'amore come passione. I brani che hanno venduto di più (week_3), inoltre, sono spesso veloci e trattano anche i temi della vita, dell'avventura, della fantasia. Negli ultimi anni, ha svolto un ruolo importante l'aumento del volume percepito delle tracce (*loudness*).

Scorrendo la lista delle canzoni analizzate, si nota come alcune siano derivate da mode stagionali (i tormentoni estivi, i "dischi per l'estate", le canzoni del «Festivalbar») o musicali (il twist, la musica latina, la disco ecc.)¹³⁹ e altre da Sanremo¹⁴⁰ o vetrine televisive d'altro genere: sigle di telefilm, programmi per ragazzi, *talent show*, dimostrando la forte connotazione intermediale della canzone italiana. Quest'ultima s'è ridisegnata come vero e proprio sistema, a partire dagli anni Ottanta, con la televisione commerciale e la nascita di *joint venture* tra editori

¹³⁴ PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 89.

¹³⁵ ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit., p. 74.

¹³⁶ PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 95.

¹³⁷ *Ibidem*, pp. 96 e 129.

¹³⁸ *Ibidem*, p. 143.

¹³⁹ CILIO, Stefano, *Mezzo secolo di ritornelli*, cit., pp. 245-251.

¹⁴⁰ Le canzoni di Sanremo, nel *corpus*, sono 15 su 100. Il decennio più rappresentato è quello degli anni Ottanta (37,5%), seguono gli anni '90 (30%) e i '60 (15,4%). Il decennio con meno canzoni sanremesi è quello degli anni Settanta (8,6%), in cui dominavano i 33 giri.

musicali, discografia ed emittenti radiotelevisive¹⁴¹. Gli interpreti più presenti sono: Celentano (8 canzoni), Battisti (7), Morandi (4), Baglioni, Cocciantè, Mina (3). Molto poco rappresentati, in generale, i cantautori classici. Una tendenza recente è quella delle canzoni con una forte componente parlata (vedi la collocazione della modalità *speech_2*, che corrisponde ad un'alta *speechiness*, nella fig. 3), esito della diffusione dei nuovi generi musicali urbani e derivati dal rap e dalla cultura hip-hop¹⁴². Questi generi hanno contribuito all'aumento della ricchezza lessicale, negli ultimi anni, misurata in termini di rapporto hapax/types.

Come s'è visto, tuttavia, decisive risultano le variabili che hanno a che fare con il *sound* delle canzoni, che è stato possibile analizzare tramite le API di Spotify. Il loro sviluppo potrebbe fornire dati e metadati sempre più sofisticati e dettagliati, per arricchire – combinati con l'analisi dei testi – l'analisi storica e sociale della canzone. Quest'ultima è «una fonte stratificata [...] in cui si intrecciano [...] linguaggio verbale, linguaggio musicale, sonorità, interpretazione dell'artista ma anche la sua “immagine” [...]. Ancora, le canzoni si legano al supporto che le veicola»¹⁴³. Ma è il suono l'elemento più discriminante, che opera al livello della connotazione, spesso trascendendo (e, talora, smentendo) il testo scritto e mettendo in evidenza uno scarto espressivo, un'ambiguità che deriva dal precipitato di mediazioni e filtri operati dalle industrie culturali¹⁴⁴. Ciò viene confermato dalla divergenza, registrata nelle pagine precedenti, tra *sentiment* (che riguarda le parole) e *valence* (che riguarda la musica). Guardando la fig. 4, si può notare concretamente questo scarto espressivo tra parole e musica, che suggerisce un qualche conflitto tra ciò che si può dire e ciò che si può “esprimere” col *sound*¹⁴⁵. Non è accidentale che gli scostamenti più ampi si riscontrino negli anni Sessanta e Settanta e, poi, nei duemila. Nel primo caso, abbiamo a che fare con un problema di “governo” della libertà espressiva, in una società che – come abbiamo visto – deve ancora completare la propria transizione verso il moderno e il nuovo sistema delle industrie culturali. Nel secondo caso, siamo negli anni della crisi d'inizio secolo, in cui il problema è, più verosimilmente, quello di riuscire a dire, a trovare le parole per esprimere, ciò che si prova. L'entropia linguistica, che emerge dai dati discussi in precedenza, potrebbe esserne un sintomo. Un aspetto da evidenziare, nondimeno, è come il *sound* riesca a rappresentare meglio delle parole il *mood* dei vari decenni esaminati.

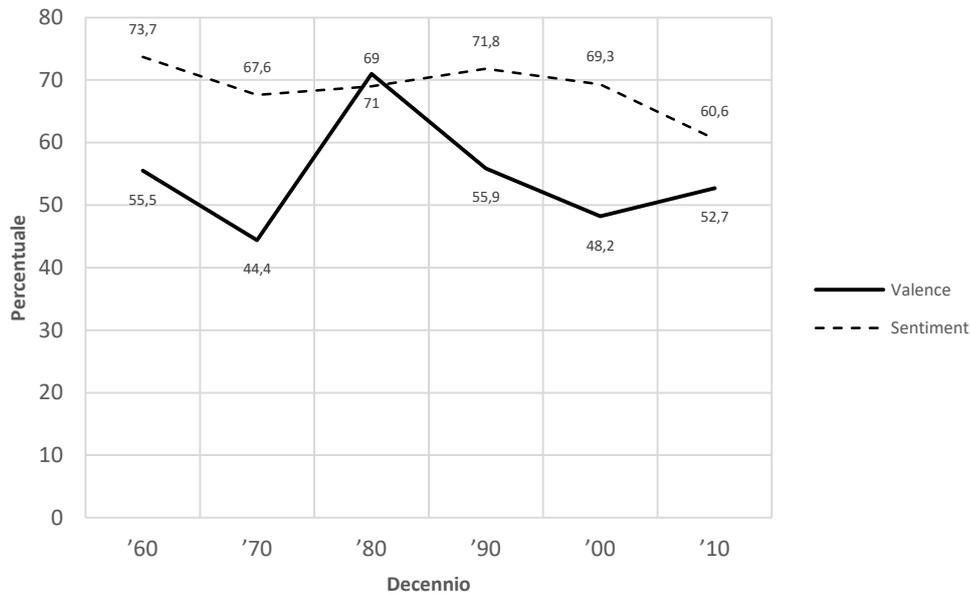
¹⁴¹ TOMATIS, Jacopo, *Storia culturale della canzone italiana*, cit., cap. 10, par. “Dischi, radio, televisione”.

¹⁴² ANTONELLI, Giuseppe, *Ma cosa vuoi che sia una canzone*, cit., p. 67 et seq.

¹⁴³ PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 103.

¹⁴⁴ Riferimenti classici, che hanno inaugurato la prospettiva sociologica della “produzione di cultura”, sono: HIRSCH, Paul M., *Mode e capricci: una teoria organizzativa dell'industria culturale*, in SANTORO, Marco, SASSATELLI, Roberta (a cura di), *Studiare la cultura*, cit., pp. 145-167 [ed. or.: 1972]; PETERSON, Richard A., BERGER, David G., *Cicli di produzione simbolica*, cit.

¹⁴⁵ Nella dissonanza tra linguaggio verbale e musicale, è possibile cogliere – secondo Peroni – un punto d'osservazione privilegiato per lo storico contemporaneo. PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit.

Fig. 4. Andamento della *valence* e del *sentiment*: 1960-2019

Spero anche d'aver dimostrato la fecondità di tecniche d'analisi computazionali che combinano dati testuali e dati di contesto, come l'analisi delle corrispondenze lessicali¹⁴⁶, le quali hanno permesso di svelare le dimensioni latenti che hanno attraversato il mondo della canzone, i *cluster* tematici ricorrenti, gl'intrecci semantici nello spazio fattoriale.

Si può dire, che la canzone italiana da *hit-parade* abbia intercettato i principali *trend* storici, culturali e sociali, che hanno attraversato l'Italia negli ultimi sessant'anni, con l'illustre assenza della politica *stricto sensu*¹⁴⁷: ricostruzione industriale, transizione sociale contraddittoria, maschilismo nella *popular music*, rivolta esistenziale, individualismo, riflusso nel privato, disimpegno, postmodernità, globalizzazione, innovazione tecnologica, riorganizzazione dell'industria discografica, *loudness war*, crisi d'inizio secolo, vitalismo, "fame d'amore". Ciò costituisce una sorta di validazione del metodo d'indagine adottato. Potremmo affermare, nel caso specifico, d'aver conseguito una confortante "validità di contenuto"; quella che – col sostegno delle teorie esistenti – suggerisce che gli indicatori riescono effettivamente a coprire il dominio di significato d'un concetto¹⁴⁸. Come sostiene Peroni, «il fatto che nelle canzoni prodotte da una collettività siano "racchiuse" la sua storia e la sua cultura è una cosa che chiunque potrebbe facilmente argomentare»¹⁴⁹. Tuttavia, non era scontato che ciò avvenisse con un *corpus* così ridotto, come le canzoni da *hit-parade*, né con tecniche di matrice prettamente

¹⁴⁶ AMATURO, Enrica, *Analyse des données e analisi dei dati nelle scienze sociali*, Torino, Centro Scientifico Editore, pp. 55-75.

¹⁴⁷ Significativa è la "confessione" di Berselli, il quale – ricostruendo le sue *Storie dell'Italia leggera*, con l'intento di scrivere un libro politico – finisce per farne una storia "sentimentale". BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 7.

¹⁴⁸ CORBETTA, Piergiorgio, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino, 1999, p. 127.

¹⁴⁹ PERONI, Marco, *Il nostro concerto*, cit., p. 1.

computazionale. Certo, rimane assai difficile stabilire la direzione causale del rapporto tra mutamento e canzoni. Queste ultime, infatti, possono essere viste come: «specchi o specchietti della realtà sociale e culturale; oppure, a loro volta, [come] manufatti 'produttori' di cultura e di società»¹⁵⁰; anche se è più probabile che siano entrambe le cose. Sono, invece, emerse dall'analisi numerose sovrapposizioni con studi che hanno analizzato collezioni di canzoni ben più vaste.

¹⁵⁰ BERSELLI, Edmondo, *Canzoni*, cit., p. 9.

L'AUTORE

Alberto TROBIA è professore associato presso l'Università degli Studi di Palermo, dove insegna Sociologia e Metodologia e tecniche della ricerca sociale nei corsi di Scienze della Comunicazione. Si occupa di scienze sociali computazionali (*network analysis, text mining, data science*) e *mixed methods*. Ha applicato tecniche qualitative e quantitative, sia tradizionali sia computazionali, al campo della *popular music*, del cinema e dei social media.

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