

## Rovazzi e la canzone sui *social network*

Jacopo CONTI (Torino)

### Summary

The first gold record in Italy obtained exclusively through streaming playings is *Andiamo a comandare* by Fabio Rovazzi, a young youtuber extremely popular among teenagers. The fact that a youtuber and not a singer received such an award is a signal of the new ways in which Italian teenagers perceive and consume music today: video streaming affects music consumption as much as audio streaming. This essay aims to analyze the three songs Rovazzi has released so far, considering the *three* elements that contribute to his success: music, lyrics, and video. While the songs themselves rely heavily on Electronic Dance Music (EDM), rap, references to the internet, social networks and slang used by youngsters, the videos seem to create a subtler connection with the viewers who know social networks well and enjoy an active ‘second’ life with their help. Moreover, the videos complete the songs’ meaning, almost as if the songs had been written to fit the videos and not vice versa.

---

### Premessa

Negli anni Ottanta del Novecento la digitalizzazione della registrazione (prima) e della distribuzione (il cd) della musica cambiano i tempi e i modi di sostentamento dell’industria discografica.

La miniaturizzazione dell’elettronica, lo sviluppo dei circuiti integrati e dei microprocessori, permettono un’accelerazione tecnologica mai vista. Una delle applicazioni musicali nelle quali l’industria ripone più speranze e più preoccupazioni è il compact disc, supporto per la memorizzazione ottica di informazioni numeriche, e quindi anche di musica trasformata in sequenze di numeri. (Fabbri 2008a, 167)

Perché “preoccupazioni”? Perché il compact disc può immagazzinare molta più musica di un lp, e perché “per fabbricare i cd ci vogliono ambienti a prova di contaminazione dal pulviscolo, e un impianto completo è costosissimo” (Fabbri 2008a, 168). È necessario, quindi, che un cd venda di più, possibilmente durando di più sul mercato. L’aiuto decisivo arriva da un altro medium, quello visivo. I filmati promozionali esistono già da tempo, ma la nascita nel 1981

di MTV, il primo canale tematico interamente dedicato alla musica, permette di risolvere il problema della tenuta del disco sul mercato in un arco di tempo molto ampio. MTV, infatti,

aiuta i discografici a superare il problema della durata del cd, che ha sconvolto i ritmi produttivi dei musicisti (che dai 40 minuti di album all'anno degli anni Settanta devono passare a una pianificazione più lunga, col rischio di perdere la freschezza di un'invenzione concentrata). Il cd, quindi, diventa un serbatoio di canzoni spendibili su un arco di tempo molto lungo, attraverso la realizzazione di video successivi, che permettono al cd di restare sul mercato per periodi più ampi. (Fabbri 2008a, 171)

Il videoclip ha dunque una funzione discografica precisa, e fonda il suo successo sul fatto che

[t]he presentation of music in a visual context, be it dancing or a live concert, has long been seen as an indispensable part of its promotion. A pop performance is as intrinsically a visual experience as an auditory one. One asks, "Have you ever *seen* Springsteen live?" not "Have you ever *heard* Springsteen live?" The visual impact of a performance enables music to deliver its full measure of pleasure. (Garofalo/Waksman 2014, 287)

La pratica del video promozionale per la canzone – che, attenzione, solitamente non si affida alla riproposizione di un'esecuzione del brano, ma a "montaggi veloci di sequenze spesso irrelate, dove si costruisce un universo di immagini fascinose, che sviluppa e amplifica le suggestioni della musica e/o del testo (non necessariamente in modo immediato e comprensibile)" (Fabbri 2008a, 170) – ha influenzato profondamente il consumo della popular music, specialmente nelle generazioni che hanno iniziato ad ascoltarla 'vedendola' su MTV, associando musiche e testi a immagini in movimento (sovente ricordando con più facilità queste ultime o una scena piuttosto che gli altri due).

Un altro cambiamento radicale avvenuto negli stessi anni è legato alla possibilità di un ascolto privato in spazi pubblici, grazie al Walkman (e, con le audiocassette, anche di creare proprie compilation di brani, a totale discrezione dell'ascoltatore).<sup>1</sup>

Una conseguenza della digitalizzazione della musica che sarebbe stata imprevedibile nei primi anni ottanta è stato il digitale 'liquido', ovvero la possibilità (grazie ai formati digitali che occupano poco spazio su di un hard disk, come l'mp3) di scaricare con facilità dei file audio senza essere legati al formato fisico. Un lettore mp3 portatile consente di avere facilmente a disposizione, ovunque, un'ampia libreria di ascolti. Digitalizzazione e portabilità uniti, quindi.

Il passaggio ancora successivo, dell'ultima decina di anni con modalità in continua evoluzione, è quello dello streaming, che permette di ascoltare musica e vedere video su computer, tablet e telefoni cellulari senza che questi siano registrati su di una memoria fissa (a patto di avere una connessione a internet sufficientemente veloce).

Non solo, quindi, il consumo musicale si svolge attraverso lo stesso dispositivo con cui si possono vedere video o lavorare, ma è sempre più legato all'accesso alla rete – cioè il medium attraverso il quale si accede ai *social network*. Esattamente come è necessario conoscere le

modalità di consumo, produzione e promozione musicale di un momento storico o di una scena per poter parlare di quella stessa musica, non si può omettere di considerare la rilevanza che i cambiamenti succitati – partendo da lontano – per prendere in considerazione seriamente alcune hit recenti. In questo caso specifico, le canzoni di Fabio Rovazzi.<sup>2</sup> Provare a interpretare o analizzare le sue canzoni come se fossero canzoni di Ligabue, degli 883 o dei 99 Posse sarebbe estremamente fuorviante.<sup>3</sup>

Il perché la scelta verta su Rovazzi è facilmente identificabile: questi brani, nella loro costruzione musicale, linguistica e nei loro video, *rappresentano* molto chiaramente il cambiamento di fruizione che riguarda tutto il mondo della musica ma che investe in particolare i preadolescenti e gli adolescenti (ovvero chi è nato dalla metà degli anni novanta del XX secolo in poi, e in particolare i nati dopo il 2000), ovvero una generazione che conosce la fruizione della musica in formato fisico grazie ai propri genitori, ma che non ha tale pratica radicata nelle proprie esperienze, e che sta costruendo la propria vita musicale sui *social network* e sullo streaming. Ne parlano i testi, la costruzione musicale, i videoclip.

Mi si conceda di scrivere in prima persona per qualche riga. Se non insegnassi musica a ragazzi tra gli undici e i quattordici anni, sono abbastanza sicuro che non avrei ascoltato “Andiamo a comandare”, “Tutto molto interessante” e “Volare”, le tre canzoni finora pubblicate da Rovazzi. Certamente non sarei andato a vedere per intero i video di questi pezzi su YouTube; magari mi sarei imbattuto in loro in qualche spot pubblicitario,<sup>4</sup> ma andarle a *cercare* on-line, quello proprio no. Quello che è ancora più certo è che di lui non avrei proprio sentito parlare senza queste canzoni, sebbene avesse già un buon seguito on-line come *youtuber*.<sup>5</sup>

Perché no? Prima di tutto perché YouTube, con il suo *recommendation system* basato sulle mie ricerche precedenti, non me lo avrebbe mai indicato. La mia cronologia non ha punti di contatto con Rovazzi né con nessun altro cantante o *youtuber* a lui vicino (il cui target è sempre quello dei teenager).<sup>6</sup> Certamente, lo avrei conosciuto perché, diversamente da quasi tutti gli *youtubers*, è riuscito a passare anche su altri media, come la televisione; forse mi sarei chiesto chi fosse dopo averlo visto sulla copertina di *TV Sorrisi e Canzoni* con Gianni Morandi (1944),<sup>7</sup> per la promozione di “Volare”, o dopo averlo visto nella trasmissione televisiva *Le Iene*, ma mi sarei fermato a questo. Ed è quello che hanno fatto moltissimi miei coetanei, e ancor più chi è più grande di me.

Oltre a tali motivi non trascurabili, c'è da tenere presente che le canzoni di Rovazzi non parlano a chi ha la mia età, né alle generazioni precedenti; anzi, non sono quasi nemmeno scritte nella stessa lingua che io uso tutti i giorni – e sul discorso linguistico avrò modo di soffermarmi nel corso dell'analisi.

Un altro motivo per il quale non avrei ascoltato queste canzoni è legato alla mia provenienza culturale-musicale e ai miei studi: tutte le persone a cui ho detto di scrivere un pezzo su Rovazzi mi hanno preso in giro o hanno pensato che scherzassi. Le sue canzoni sono considerate *trash*, sciocche, il massimo del nazionalpopolare<sup>8</sup> per ragazzini in questo momento storico; non ci sono elementi di interesse per un musicista, vengono considerate un prodotto per la parte della popolazione più ignorante e più dedita all'intrattenimento sguaiato e incolto.<sup>9</sup> Eppure vi sono alcuni elementi che suscitano qualche riflessione.

L'esempio del successo di Rovazzi mi ha fatto tornare alla mente, sebbene con grandi differenze, le sigle dei cartoni animati che chi appartiene alla mia generazione – diciamo i nati tra la fine degli anni settanta e i primissimi anni novanta – ha ascoltato giornalmente sulle televisioni commerciali (o private, che dir si voglia) e ha imparato a memoria in piccola età. La fascia di età nel caso di Rovazzi si estende un po', coprendo anche e soprattutto la prima adolescenza, ma c'è un altro elemento fondamentale che crea la vera frattura: le canzoni di Rovazzi parlano in buona sostanza dei *social network* e della vita al loro interno. Che siano i bambini, i preadolescenti, gli adolescenti o i ventenni i destinatari (cioè il target commerciale) di questi brani è una conseguenza del fatto che siano proprio loro a usare in un determinato modo i *social*, non del fatto che siano canzoni che trattino di temi infantili o adolescenziali.

Quelle di Rovazzi sono canzoni sui *social network* (= complemento di stato in luogo) sui *social network* (= complemento di argomento). Questo bisticcio linguistico deriva dall'uso, nella lingua italiana, della preposizione 'su' per indicare le piattaforme on-line;<sup>10</sup> se si usassero 'in' e derivati (anche utilizzati, ma meno) non ci sarebbero stati problemi e non mi sarei potuto permettere leziosi giochi di parole nel titolo.

### Breve presentazione

La data di pubblicazione su YouTube della prima canzone di Rovazzi, "Andiamo a comandare", è il 28 febbraio del 2016.<sup>11</sup> La produzione è affidata ai dj milanesi Danti,<sup>12</sup> Marco Sissa, Merk & Kremont.<sup>13</sup> È stato uno dei tormentoni estivi del 2016, e a un anno e mezzo dall'uscita ha ottenuto cinque dischi di platino,<sup>14</sup> ed è stato il primo singolo in Italia a ottenere il disco d'oro solo grazie allo streaming.<sup>15</sup> Questo ultimo fatto è molto significativo: il primo disco d'oro italiano ottenuto al di fuori della vendita è stato vinto da un personaggio che non proviene dal 'precedente' mondo discografico, né che proviene dal mondo musicale tout court, ma da quello della rete.

La successiva "Tutto molto interessante" è stata pubblicata il 2 dicembre dello stesso anno.<sup>16</sup> Il team produttivo rimane, per la maggior parte, invariato: non è più presente Marco Sissa, ma subentra il duo di musica elettronica Marnik.<sup>17</sup>

Il terzo singolo, "Volare", del 19 maggio 2017,<sup>18</sup> vede la partecipazione in duetto di una delle figure di maggior successo della musica pop italiana, Gianni Morandi. La produzione è di Rovazzi stesso con il duo EDM e house – sempre milanese – Lush & Simon.<sup>19</sup>

Tutti questi brani sono acquistabili su iTunes ma non fanno parte di un album, né ne precedono l'uscita. Fino al luglio 2017 Fabio Rovazzi ha pubblicato un solo singolo 'fisico', nel maggio dello stesso anno, un vinile a 45 giri in edizione limitata che comprende "Andiamo a comandare" e "Tutto molto interessante".<sup>20</sup>

Ciò che suscita però curiosità è il fatto che questi brani esistono non solo per una fruizione in rete – dai *social network* alla vendita on-line – ma sono scritti usando termini gergali che proprio in rete sono nati o hanno avuto la maggiore diffusione.

## Elementi strutturali e musicali

Partendo da un'analisi della diatassi di queste canzoni, ovvero “the long-term, diachronic, processual and episodic aspect of syntax covering the extensional ordering of events over durations exceeding that of the extended present” (Tagg 2013, 385), i brani di Rovazzi sono tutti scritti nella forma strofa-ritornello (SR).<sup>21</sup>

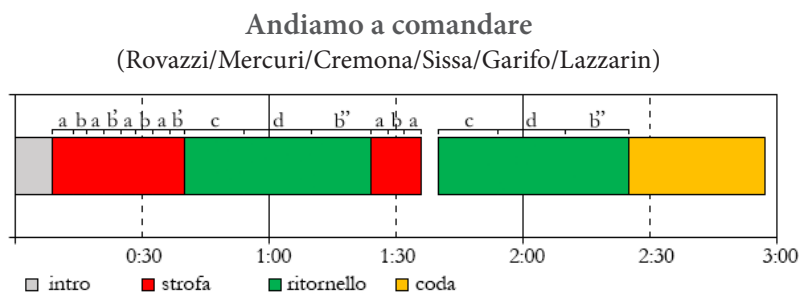


Figura 1. Schema formale di “Andiamo a comandare”

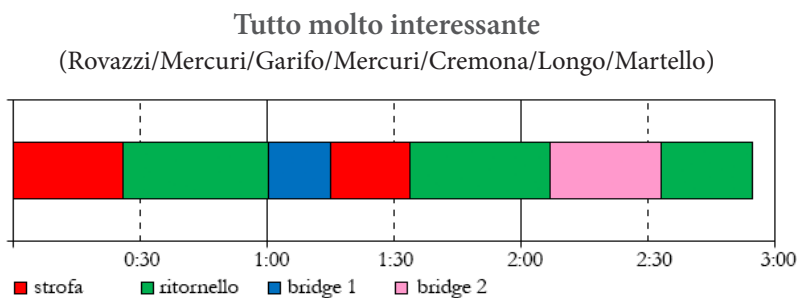


Figura 2. Schema formale di “Tutto molto interessante”

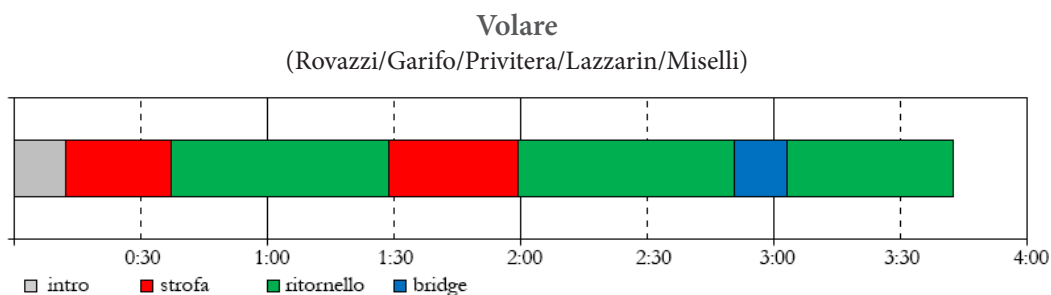


Figura 3. Schema formale di “Volare”

Come segnala Franco Fabbri, “lo schema SR è discorsivo, coinvolgente, additivo, finalistico” (Fabbri 2008b, 168). In effetti, sono i ritornelli – il verde – a dominare gli schemi. Ma è anche vero che queste sono canzoni piuttosto brevi (le prime due sono sotto i tre minuti, la terza sotto i quattro), non sono costruite su di una narrazione e non si ‘gonfiano’ (cf. Fabbri 2008b, 169), non mantengono completamente la loro promessa di additività (in senso diatattico, dall’inizio verso la fine). Sempre per questa ragione, i ritornelli delle sue canzoni non sviluppano i procedimenti centripeti descritti da Philip Tagg (2013, 392-394) tipici di canzoni dotate di ritornelli importanti e ripetuti molte volte, come “Fernando” degli Abba. Questo perché sono scritte con il chiaro intento di essere dei tormentoni, per cui presentano piuttosto in fretta i loro *hook*, ovvero “l’elemento memorabile, il ‘gancio’ per l’attenzione dell’ascoltatore” (Fabbri 2008b, 161). Gli *hook* delle canzoni di Rovazzi hanno la caratteristica peculiare che permette loro di essere modulati, sia all’interno delle strofe che nei ritornelli;<sup>22</sup> di apparire quasi sempre, quindi. Sono estremamente brevi, di una o due battute. Questa caratteristica è fondamentale, poiché sono presentati sia in versione integrale che inframezzati da altre parti.

Si consideri il pattern ritmico di “Andiamo a comandare”, nella Figura 1 indicato come b, b’ e b’’: questo è il vero *hook* della canzone.



Esempio 1. Lo *hook* di “Andiamo a comandare” nelle tre versioni b, b’ e b’’

Quando compare, è l’unica parte presente. È costituito da tre parti interdipendenti: 1) il timbro pesantemente filtrato e manipolato in studio, di una cassa di batteria elettronica – come nella musica dance elettronica (EDM) contemporanea – con l’intonazione che glissa verso il grave nella fase di rilascio del suono; 2) il pattern ritmico trascritto nell’Esempio 1; 3) il balletto che si vede in scena, fatto da sempre più persone.<sup>23</sup> Questo *hook* domina anche i ritornelli (b’’), nei quali entra sovrastando l’ultima ‘a’ di “andiamo a comanda...” (il resto della parola diventa incomprensibile).

Da un punto di vista quantitativo, le parti b, b’ e b’’ occupano 47 secondi e mezzo; lo *hook* occupa quindi il 26,83% della totalità della canzone. Questo senza considerare che la coda è una sorta di sviluppo timbrico proprio dello *hook* in pieno stile EDM, con numerosi break elettronici.

Dunque la frase che dà il titolo al brano e lo *hook* “pattern ritmico+timbro+balletto” sono i momenti centrali del brano (indicata come parte b’’ nella Figura 1). Lo *hook* nel ritornello

è lievemente modificato nei ritornelli, e raddoppiato nella lunghezza. Tutto il contorno timbrico del brano è quello delle musiche elettroniche da club più recenti, come la EDM e la dubstep, con bassi molto carichi e un ampio lavoro di produzione dei suoni. Il culmine del ritornello, su cui arriva la frase “Andiamo a comanda...”, arriva al termine di quello che, nel linguaggio della musica dubstep, si chiama *drop*, ovvero un *break* nella musica in cui i suoni si accumulano vertiginosamente, si bloccano lasciando un silenzio (solitamente al termine dell’ultimo quarto di una misura, o sul primo) e poi il ritmo riprende con regolarità (normalmente dopo due o quattro quarti). Vi sono quindi un accumulo e un successivo scarico di tensione.

C’è però un altro elemento musicale che riveste una funzione strutturale molto rilevante, ed è la melodia identificata come parte ‘c’ del ritornello nella Figura 1.

Esempio 2. Frase melodica di “Andiamo a comandare” – parte ‘c’ del ritornello (0:39 e 1:40)

Tale frase melodica, ridotta in parti da due battute, è la base di sintetizzatore suonata durante l’introduzione e le parti rap delle strofe, quelle indicate con ‘a’. Se sommiamo le durate di introduzione, parti ‘a’ delle strofe e parti ‘c’ dei ritornelli, otteniamo 61 secondi e mezzo, ovvero il 34,74% del brano. Dunque due soli elementi melodico-ritmici occupano da soli più del 61% della canzone.<sup>24</sup> Una economia di mezzi che dimostra, da un punto di vista musicale, l’intenzione di ridurre gli elementi per concentrare e focalizzare l’attenzione su poco, in modo che possa rimanere in mente più in fretta.

Certamente l’essere molto presente ma spesso in secondo piano, suonata dal sintetizzatore – introduzione, parti ‘a’ delle strofe” – non consente a questa melodia di avere il ruolo principale che ha lo *hook* strumentale, ma dare inizio ai ritornelli la mette comunque in risalto. È interessante notarne l’importanza in strati diversi della *sincrisi*, ovvero quella forma ‘verticale’ che Philip Tagg distingue dalla diatassi:

SYNCRISIS denotes aspects of form and signification bearing on the synchronic, intensional [sic], arrangement of structural elements inside the extended present. It can contain elements of short-term syntax and be thought of as vertical stacking rather than as a horizontal array (Tagg 2013, 385).

Riducendo all’essenziale gli elementi trascrivibili in notazione tradizionale di “Andiamo a comandare”, si può dire che le due battute dello *hook* b sono l’elemento costruttivo portante della canzone quasi nella sua interezza.

Come si accennava in precedenza, le canzoni di Rovazzi fanno un uso estremamente oculato di piccoli *hook* di due battute che compaiono in vari modi, talvolta anche spezzettati. Se, in “Andiamo a comandare”, il pattern ritmico completo arriva solo alla fine dei ritornelli, è possibile trovarlo spezzettato nelle strofe, nell’alternanza delle parti ‘a’ e ‘b’ indicata nella Figura 1:

O-gni tan-to par-te un suo-no che fa: E o-gni vol-ta che mi par-te...

Cassa HOUSE

Esempio 3. Sezione rap di una strofa inframezzata dallo *hook* di cassa elettronica (0:12)

Anche la seconda canzone di Rovazzi, “Tutto molto interessante”, utilizza come *hook* una frase – questa volta melodica – di due battute, che si presenta solo nei ritornelli. Le prime volte, suonata per intero:

Esempio 4. *Hook* di “Tutto molto interessante” (0:30)

Poi spezzata in due, alternata all’enunciazione del titolo in forma di rap:

È tut-to mol-to in te-res-san - te!

Esempio 5. *Hook* di “Tutto molto interessante” inframezzato dal titolo (0:44)

Anche in questa semplice frase costruita su di una scala pentatonica di Mi minore il timbro gioca un ruolo fondamentale, come nella canzone precedente. A esporre queste note è un suono che sembra un misto tra la voce di un bambino e un sintetizzatore; tale timbro



crystalino svetta sul tutto elettronico, ed è il momento scelto come accompagnamento di uno spot pubblicitario di vasta diffusione nelle televisioni italiane durante la prima parte del 2017.<sup>25</sup> L'ambiente aurale è sempre quello della musica elettronica, con una cassa molto in primo piano (il timbro sembra essere lo stesso di “Andiamo a comandare”) e un ritmo sostenuto, ma questa volta è più sfumato il passaggio tra rap e melodia cantata.<sup>26</sup>



Esempio 6. Inizio di “Tutto molto interessante” (0:00)

La stessa caratteristica di scomponibilità e facilità di memorizzazione si trova in “Volare”. In questo caso lo *hook* è cantato da Rovazzi, ed è onnipresente: si tenga presente che, su 329 parole che compongono l'intero testo della canzone, la frase-*hook* “mi fa volare” viene ripetuta ben 36 volte – talvolta collegandosi sensatamente al testo, talvolta no. Anche qui, la sua caratteristica melodica è la brevità e la disponibilità all'incastro con altro; arriva al termine dei versi cantati da Rovazzi in ogni strofa,

Esempio 7. Frase iniziale cantata da Rovazzi in “Volare” (0:12)

oppure, in botta e risposta, inserendosi nel cantato di Morandi:

Esempio 8. Lo *hook-tormentone* di Rovazzi si inserisce nel cantato di Morandi (0:50)

Pur mantenendo un'atmosfera fortemente elettronica, in questo brano un arpeggio molto presente tende ad alleggerire l'atmosfera timbrica, non più concentrata esclusivamente sulle frequenze basse.

Nonostante la grande attenzione alla produzione e ai suoni elettronici, la voce di Rovazzi è sempre chiara: il testo si deve capire perché è l'elemento divertente (insieme al video). Vi sono molti effetti, ma la voce non è mai manipolata; non si raggiunge nemmeno lontanamente nessuno dei risultati ricettivi elencati da Serge Lacasse nei suoi test sulla percezione degli effetti sulla voce umana (come distorsione, eco, riverbero, *flanger*, ecc.; cf. Lacasse 2000, 151-166). La leggerezza dei testi viene sottolineata da una voce da non-cantante: per fare dei paragoni contemporanei, Rovazzi è lontanissimo sia dalla vocalità fortemente patetica (oltre che basata sull'impostazione belcantistica) del trio Il Volo, sia dall'aggressività o dalla decisione dei rapper ai lui vicini come Fedez o Gué Pequeno.<sup>27</sup> Questo perché Rovazzi non è – e non vuole essere – un cantante di alcun tipo (melodico o rap). La sua persona vocale<sup>28</sup> risulta essere piuttosto distante da un punto di vista emotivo, quasi apatica. Anche se segue un ritmo e talvolta canta (in senso stretto, intonando delle note), sembra non discostarsi da quella di uno *youtuber* che *parla* in webcam rivolgendosi agli spettatori. Non traspare un coinvolgimento emotivo, né un divertimento; in questo sembra ricordare la persona vocale di Elio, il cantante del gruppo Elio e le Storie Tese,<sup>29</sup> anch'egli milanese.

Whether he plays the role of a woman [...] or that of a man, Elio's voice never changes; he never seems to be emotionally involved, vocally or physically. [...] When they declare "Noi da qualche anno stiamo puntando sull'aspetto fisico," it is obvious for everyone that it is a joke, [also] because of Elio's plain voice and unexpressive face [...].  
(Conti 2017a, 200)

Il paragone, naturalmente, si ferma qui, non essendoci somiglianze di sorta tra il (piccolo) repertorio di Fabio Rovazzi e quello ampio ed estremamente articolato di Elio e le Storie Tese, che al contrario fondano la propria cifra stilistica sull'abilità tecnica e la capacità di parodiare qualsiasi stile (cf. Conti 2017a).

Nella sua normalità assoluta, nella sua non aggressività, Rovazzi è la parte completamente goliardica, apolitica, non maleducata, non 'pericolosa'<sup>30</sup> dell'ambiente milanese del pop e rap da cui provengono i Club Dogo (di cui fanno parte i rapper Gué Pequeno e Jake la Furia), Fedez e J-Ax.<sup>31</sup> È quindi il più adatto ad attrarre un pubblico più giovane (che pure già adocchia gli altri modelli); le sue canzoni sono sfottò bonari, innocui, divertenti, ballabili.

In sintesi, non esiste una ricetta per scrivere una canzone di successo, ma sembra che nella produzione delle tre hit di Rovazzi vi fosse l'idea di centrare tutto intorno alla ripetizione di idee musicali brevi, semplici e memorizzabili. Nei suoi pezzi, sebbene non manchino, da un punto di vista strutturale e musicale, delle variazioni – come la coda in "Andiamo a comandare", i due *bridge* in "Tutto molto interessante" e il *bridge* di "Volare" – il risalto che viene dato agli *hook*, anche attraverso questa caratteristica brevità e adattabilità all'interno di vari punti del brano, è talmente esasperato che non è difficile arrivare a parlare di tormentoni anche dopo un solo ascolto. Una musica anti-intellettuale, quasi esageratamente pop (nell'accezione di *popular* in quanto 'famoso', 'di successo'), peraltro di chiara matrice

EDM; praticamente tutto ciò che vi può essere di estraneo a un musicista appassionato di strumenti non elettronici (Philip Tagg direbbe un *muso*).

Ma la musica è solo uno dei tre elementi che concorrono al successo che hanno avuto queste canzoni. Tutti e tre si basano sul presentare situazioni note a un ascoltatore tra gli 11 e i 25 anni: in ambito sonoro il rap – melodizzato – e la musica dubstep. Ma vi sono anche testi e video, che giocano un ruolo paritetico – se non superiore.

## Elementi linguistici

Come accennato nell'introduzione, l'italiano dei testi di Rovazzi non è quello che si legge o che si parla normalmente – almeno, non quello che si usa al di fuori di un contesto *social*. Sebbene ancora intrisa di collegamenti con la rete, la terza canzone, “Volare”, è quella più slegata da espressioni gergali giovanili.

Per esempio, cosa significa “andiamo a comandare”? La frase, presa alla lettera, nulla. Ma è uno slang: è possibile tentare di tradurre quel ‘comandare’ con un ‘fare i duri, dimostrare di essere i più forti della situazione’. Ma, come il testo e il video dimostrano, l'intento è ironico, è una sorta di presa in giro degli atteggiamenti diffusi tra i giovani utilizzatori dei *social network* che aggiornano il proprio stato o pubblicano *selfie*<sup>32</sup> simulando comportamenti di chi vive un'esistenza fatta di feste, divertimento, denaro, sesso ed eccessi con atteggiamento da gradasso (talvolta con sfumature criminali o che sottolineino la supposta pericolosità dei soggetti in questione). Quel ‘comandare’ è quindi sinonimo, in qualche modo, di ‘fare una vita da re’, o da ‘capo’, ossia qualcuno che ha ricchezza e potere. Qualcuno che può andare “in ciabatte nel locale”, a simboleggiare una tale padronanza della situazione da non uniformarsi alle normali convenzioni del vestire fuori casa.

Il tema della canzone sono proprio gli atteggiamenti da gangster – a imitazione di rapper statunitensi – sfoggiati sui *social*, che però Rovazzi filtra attraverso il sarcasmo tipico dei *social network* di pagine Facebook (notissime tra i giovani) come *Il maschio Alpha*, *Adottare soluzioni punk per sopravvivere*, *Commenti memorabili* o *Sesso, droga e pastorizia*<sup>33</sup> (mettendo da parte quelle non ironiche, che sovente toccano l'apologia di reato). È una forma di sarcasmo mai esplicita che esaspera in particolare machismo, un limitato retroterra culturale, una bassa estrazione sociale, un desiderio di affermazione, l'ostentazione di un potere in realtà assente (piuttosto chiaramente). L'automobile sovente citata come sinonimo di ‘ignoranza’ sulle pagine Facebook italiane è la Fiat Panda vecchio modello, dato il design particolarmente sgraziato, la resistenza negli anni e il basso prezzo (una macchina ‘da poveri’, insomma).<sup>34</sup> Sia chiaro, però, che queste prese in giro non sono fatte dall'‘alto’ verso il ‘basso’: non sono i ‘ricchi’ che prendono in giro i ‘poveri’, bensì il contrario, ovvero di ceti sociali bassi che si vantano ironicamente della propria povertà e fanno sfoggio della propria ignoranza. Inevitabilmente, chiunque non usi Facebook o non abbia frequentazioni sui *social network* con persone che abbiano gli atteggiamenti descritti non capirà i temi del pezzo – né ne comprenderà lo *humour*, se non conosce le pagine sopra elencate (o simili).

È proprio prendendo in giro quegli atteggiamenti che Rovazzi dice “Andiamo a comandare / Col trattore in tangenziale”: il trattore è il simbolo di una società rurale, non acculturata, ma che ‘vince’ proprio perché ‘non è studiata’ – per usare una perifrasi grammaticalmente scorretta tipica di queste pagine ironiche. E infatti il trattore è guidato fuori dal suo contesto, in tangenziale (ove non potrebbe guidare, stando al codice della strada) – anche una mancanza di rispetto delle leggi riguardanti la sicurezza personale fa parte di questo *humour* (con un occhio al demenziale, certamente).

Oltre a questi elementi, ben rappresentati nel video, nelle canzoni di Rovazzi trionfa una terminologia gergale giovanile nata dentro e fuori i *social* quasi completamente priva di significato per chi non è su Facebook o non frequenta assiduamente ambienti *under 25*:

- il verbo ‘sbocciare’ con significato ‘stappare una bottiglia’ (Rovazzi ‘sboccia’ acqua minerale, è un innocuo; “Andiamo a comandare” e “Tutto molto interessante”);
- il verbo ‘fare brutto’, che sta per ‘fare paura’<sup>35</sup> – Rovazzi non lo fa (“Andiamo a comandare”);
- il verbo ‘situare’ inteso come ‘creare una situazione’ (“Andiamo a comandare”);
- “faccio cose, vedo gente”, ovvero la descrizione vaga data da presenzialisti alle feste per parlare della loro attività professionale (mai ben identificata; “Tutto molto interessante”);
- “ho milioni di *view*”, ove le ‘*view*’ sono le visualizzazioni su internet – il termine anglofono predomina (“Volare”);
- “questa grande convinzione che un ‘mi piace’ può aiutare”, ove il ‘mi piace’ è il ‘like’, la spunta con il pollice verso l’alto presente tra le funzionalità di Facebook (“Volare”);
- “il *featuring*” per indicare ‘il duetto’, la ‘collaborazione’, assimilato dal termine in inglese (nel quale però non è un sostantivo, ma verbo coniugato al gerundio; “Volare”);
- “hai comprato una Ferrari che *può solo accompagnare*” (“Volare”): non c’è alcun significato in questa frase. È un riferimento a un filmato virale di YouTube<sup>36</sup> in cui, a un raduno di bikers, il proprietario di una Harley Davidson (un culturista tatuato, abbronzato, con una bandana in testa e gli occhiali scuri) si vanta del proprio fisico, asserendo che l’unico fisico adatto a tale motocicletta sia il suo. La sua frase è però sintatticamente scorretta (“Con uno stile di moto così, come vedi qua, c’è uno stile di fisico del genere – può accompagnare solo”), al limite della comprensibilità, sempre per ribadire il discorso sulla comicità inconsapevole e sull’ignoranza come elemento divertente citata in precedenza. Comicità involontaria che, come se non bastasse, viene esaltata quando il nerboruto personaggio rovina a terra durante un semplice rettilineo poco dopo, non dimostrandosi l’abile centauro che millantava di essere.

Un’altra formula linguistica esistente nella lingua italiana ma estesa in una parafrasi è la frase portante della seconda hit di Rovazzi, “Tutto molto interessante”. La frase in questione è: “Aspetta che ti mostro il ca\*\*o che me ne frega”. La perifrasi parte dal modo

di dire scurrile ‘Non me ne frega un cazzo’, per dire ‘Non mi interessa’. Non ho inserito gli asterischi per finto pudore: nella canzone di Rovazzi la parolaccia è rumorosamente coperta da una nota di trombone, una finta censura (presa in giro di ciò che sovente accade ai brani rap quando vengono trasmessi in televisione?) che in realtà la sottolinea ancora di più (rendendola un ghiotto terreno di conquista per i bambini e i preadolescenti, ovvero coloro i quali non possono dire le parolacce davanti agli adulti). La perifrasi “Aspetta che ti mostro il cazzo che me ne frega” arriva da una lunga serie di *meme* (quattro di questi, a titolo puramente esemplificativo, sono riportati nella Figura 4) che prende di mira chi pubblica costantemente sul proprio profilo *social* fotografie o aggiornamenti privi di interesse; è un modo scurrile per dire “Guarda quanto poco mi interessa”. Il tema di “Tutto molto interessante” è proprio questo. Cavalcando il successo di questi *meme*, Rovazzi vi crea una canzone intera.<sup>37</sup>



Figura 4. Quattro tra i numerosissimi *meme* ripresi per la frase di “Tutto molto interessante”<sup>38</sup>

“Tutto molto interessante” è una presa in giro di chi usa i *social* per comunicare al mondo cose che, in altri contesti, sono considerate inutili. Ve ne era già traccia in “Andiamo a comandare” (“Scatto foto col mio cane”), ma qui l’argomento ottiene il ruolo centrale. La presenza ridondante di *selfie* sempre uguali, di filtri applicabili alle foto scattate con il telefono cellulare, di immagini scattate in discoteca, le lamentele sugli stress della vita da parte di persone che non hanno altra preoccupazione se non andare dall’estetista o in palestra sono l’argomento della prima strofa. È un elenco che ci si aspetterebbe da un adulto – magari da Gianni Morandi, che in “Volare”, non a caso, canta: “Ma questi giovani di oggi, no / Io ti giuro mai li capirò” –, non certo da un giovanissimo che ha costruito la carriera sui *social network*. Anche per questo il sarcasmo di Rovazzi non sembra arrivare a tutti: senza una conoscenza del retroterra socio-culturale, il sarcasmo implicito nel brano (efficace o meno

che sia) sembra solo la celebrazione di un mondo desolante, in cui le persone sembrano fare esperienze nella vita ‘reale’ solo per pubblicarne le immagini in rete.

La dipendenza da *social network* compare sottilmente anche nel testo di “Volare”: se Gianni Morandi è disperato per il rapimento di sua moglie Anna, è solo perché è lei a scattargli le numerose foto che pubblica on-line. L’ironia alla base di tali versi deriva dal fatto che Gianni Morandi è uno dei cantanti più attivi sui *social network* in Italia, con un’attività su Facebook quasi frenetica. Anche qui, Rovazzi sembra prendere le distanze dal mondo dei *social*, o almeno metterne in prospettiva le priorità:

- “Tutti fanno storie, ma solo sul cellulare”, cioè in moltissimi sono pronti allo scontro – anche violento – sui *social*, ma non faccia a faccia, e quindi non hanno un reale peso;<sup>39</sup>
- “Questa grande convinzione che un ‘mi piace’ può aiutare / Mi fa volare”: se da un lato le approvazioni su internet lo hanno ‘fatto volare’, ovvero messo ai primi posti delle classifiche, dall’altro in realtà non hanno alcun effetto nella vita reale (il ‘grande’ è sarcastico);
- “Ho milioni di *view* ma vivo in un monolocale”: la fama on-line non necessariamente corrisponde a un immediato riscontro economico che permetta di vivere nel lusso.

Mentre i temi delle canzoni di Rovazzi vertono esclusivamente sul mondo di internet e dei *social network*, il suo linguaggio è un ibrido tra lo slang parlato (di strada) e quello scritto (della rete) che immediatamente esclude chi non ne parli almeno uno. Le sue scelte lessicali, unitamente al rap melodico cantato da una voce né da rapper né da cantante, riportano alla mente il pop del primo Jovanotti<sup>40</sup> (Lorenzo Cherubini, 1966) e degli 883 di Max Pezzali (1967).<sup>41</sup> Un rap e un pop da cui gli appartenenti alle posse degli anni Ottanta e Novanta – la cosiddetta prospettiva *emic*, cioè interna – hanno preso nettamente le distanze, perché ‘commerciale’, non proveniente dai centri sociali, e quindi non autentico (cf. Mitchel 1995), privo di spessore politico, ma che da una prospettiva *etic* – ovvero esterna – non può non essere preso in considerazione:<sup>42</sup> In fondo, se nel 1990 si fosse chiesto il nome di un rapper italiano a uno spettatore televisivo che non frequentava i centri sociali, questi avrebbe fatto il nome di Jovanotti, e di ciò non si può non tener conto in una narrazione storiografica. Parimenti, Max Pezzali, in più punti della sua autobiografia (Pezzali 2013), cita come ispirazione principale dei suoi primi dischi i Public Enemy – e la sua tendenza a mettere in metrica le parole sbagliando la collocazione degli accenti sembra trovare un erede in Rovazzi. Il rap italiano che sembra essere alla base delle influenze di Rovazzi è ben lontano dall’immagine colta che ha ottenuto il genere negli anni Novanta (Santoro e Solaroli 2007), in cui lo si elevava allo status di canzone d’autore (altro genere musicale su cui è stata creata una retorica legata all’idea della poesia in musica cui è stata fornita una prospettiva storica in Tomatis 2014).

Anche per questa percepibile parentela con il rap italiano meno quotato, Rovazzi è oggi considerato ‘trash’.

## I video

Tutti i video delle canzoni di Rovazzi hanno sezioni recitate, senza parte musicale, sempre con lui al centro:

- in ospedale, con Fedez medico, per “Andiamo a comandare”;
- alla casa discografica, con il comico Fabio De Luigi nel ruolo del produttore – che ordina di produrre un nuovo successo che parli dei *social*, l’argomento che piace tanto ai giovani – e il presentatore Enrico Papi in quello del censore, per “Tutto molto interessante”;
- a visitare un parente morente (il comico Maccio Capatonda) che gli consiglia, per placare le malelingue di chi parla male di lui, di fare un duetto con “l’unica persona al mondo che non è odiabile”, ovvero Gianni Morandi. Segue il rapimento di Morandi, costretto a fare la canzone, e della moglie.

Vi sono poi anche inserti recitati all’interno dei pezzi, per sottolineare il testo cantato: a “spengo la musica dentro il tuo club” (“Andiamo a comandare”) Rovazzi abbassa i volumi di un mixer in discoteca, suscitando le ire del barista (J-Ax), e su “al capitano servirebbe un sacchetto per vomitare” (“Volare”) viene offerto un sacchetto per il mal d’aria a Javier Zanetti, capitano dell’Inter dal 2001 al 2014. Naturalmente non mancano anche le conclusioni, anch’esse recitate e prive di musica: la soddisfazione del produttore (De Luigi) per “Tutto molto interessante”, apprezzata soprattutto dai bambini, e il ricongiungimento di Morandi con la moglie, che sarebbe in realtà la mente dietro al rapimento, avvenuto per spronare il marito a uscire di casa e smettere di stare sempre sui *social*.

Ma quello che stupisce è la ridondanza di rimandi alla rete: oltre ai suoi collaboratori più stretti (Fedez, J-Ax, Danti), infatti, in questi video compaiono altri *youtuber* e fenomeni della rete notissimi ai più giovani (che talvolta sono riusciti a passare all’altro medium frequentato dai giovani, la televisione) come theShow, iPantellas, Matt & Bise, Greta Menchi, Frank Matano, Maccio Capatonda, Angelo Duro (il centauro culturista il cui fisico “può accompagnare solo”, citato in precedenza), Marco Morrone (adolescente noto come “Saluta Andonio”, il tormentone che ripete nei suoi video). Tutte queste presenze (non musicali) non sono annunciate, e trasformano la visione di questi video in un *who is who* a cui solo chi conosce il mondo della rete più ‘giovane’ può giocare.

La piattaforma privilegiata – non solo per i giovanissimi – per vedere video musicali è ormai YouTube (la cui ascesa ha sancito la fine di MTV); ma mentre il videoclip nasce per il medium televisivo ed è un caso che si adatti perfettamente alla piattaforma YouTube (o Vevo, o simili), è lì che nasce la figura dello *youtuber*, grazie alla facilità di ripresa con le webcam, i programmi ormai accessibili per il montaggio audio-video e la libertà di pubblicazione. Ci saranno sicuramente stati dei cambiamenti tecnici o creativi nel momento in cui gli addetti ai lavori si sono resi conto della maggiore forza di YouTube rispetto alla televisione per la diffusione della musica con immagini, ma nel caso di Rovazzi il discorso è diverso: riempire

un videoclip di *youtuber* e figure note per la stragrande maggioranza in rete è un'altra cosa. È quasi come se i suoi video volessero essere una *summa* di ciò che ha successo in rete in Italia in quel momento (compresa *Stranger Things*, la serie Netflix di grande successo del 2016, citata come sigla iniziale e finale – ma senza nessun collegamento per trama o atmosfere – di “Volare”, con tanto di foto di uno dei protagonisti sulla felpa del cantante).

È come se le canzoni di Rovazzi fossero concepite *a partire* dal videoclip; è vero che questo non è più, da tempo, solo un mezzo di promozione, ma in questi casi parti del testo cantato sarebbero incomprensibili senza *vedere l'azione*. Quando, in “Volare”, si fa riferimento a Gianni Morandi che “cerca di scappare” o quando Morandi stesso dice di volere indietro Anna (senza chiarire che sia la moglie, rapita per costringerlo a fare il duetto) è necessario vedere di cosa si sta parlando, altrimenti non si capisce il senso delle frasi.

Ancora di più: il video di “Andiamo a comandare” crea una sinergia completa tra musica, testo e immagini. Si è già detto di come lo *hook* di cassa house completi la frase all'inizio della prima strofa (Esempio 3), ma nei versi successivi il video diventa necessario:

E ogni volta che mi parte, situo imbarazzante  
Come quella volta che stavo al ristorante e...

“Posso offrirti da bere?”  
Lei dice “Va bene”  
Solo che quando le passo il bicchiere...

“Stavo al ristorante e...”? “Le passo il bicchiere” e...? Qui non basterebbe, come nell'Esempio 3, dire che si sente lo *hook* di cassa (là si faceva solo riferimento a un suono): non spiegherebbe cosa succede. È necessario *vedere* Rovazzi che inizia a fare il balletto con le spalle associato allo *hook* al ristorante (subito imitato dal cameriere) o che rovescia il bicchiere della ragazza facendo lo stesso movimento (come tutti gli altri avventori del locale) per capire. Si potrebbe quasi dire che il movimento con le spalle associato al pattern ritmico di cassa di “Andiamo a comandare” sia parte integrante dello *hook*, data la fortissima associazione rimarcata tra i due. Di nuovo, come se si fosse pensato di creare un balletto-tormentone facile, riproducibile da chiunque, e gli si fosse scritto *ad hoc* un pattern ritmico – l'azione e la visione, quindi, che vengono prima della scrittura musicale.

## Conclusioni

Dunque, perché scrivere su Rovazzi? La ragione non è qualitativa; il taglio di questa analisi non è di quel tipo. Non vi sono neanche previsioni di durata nel tempo: non è scopo di questo testo affermare che le sue canzoni rimarranno scolpite nella memoria collettiva italiana – nessuno può fare di queste previsioni.



È però utile riflettere sui mutati mezzi di fruizione e produzione musicali. Se da un lato lo streaming esclusivamente audio ha permesso a Kanye West di pubblicare sulla piattaforma Tidal *The Life of Pablo* (2016), di ritirarlo a breve distanza e di ripubblicarlo dopo averne sistemato alcuni errori, o a Drake di pubblicare la ‘playlist’ *More Life* (2017) con la precisa intenzione di non definirla ‘album’, è più che plausibile ritenere che anche lo streaming video – potentemente presente nei consumi musicali – apporti dei cambiamenti alla sensibilità di chi crea i progetti che poi vengono esperiti. Non è importante che le canzoni di Rovazzi rimangano nel canzoniere italiano a imperitura memoria; non lo è neanche provare a far cambiare i gusti di chi non lo apprezza (o viceversa); è però importante rendersi conto del cambiamento di sensibilità in atto, e che queste produzioni hanno molta presa sul pubblico degli *youtuber* e non su quello dei ‘normali’ video musicali perché le strategie messe in atto sono volte a toccare un target e non un altro. È musica fatta con altri intenti, che non si cura di usare forme poetiche, di avere contenuti alti e che non vuole intrattenere come si faceva prima: è un prodotto per YouTube, con audio, testo e video, e come tale va considerato e analizzato – nella sua globalità di prodotto audio-video.

## Note

- 1 Un saggio importante al riguardo – per le riflessioni al suo interno, ma anche perché scritto proprio in quegli anni – è “The Walkman Effect”, di Shuhei Hosokawa 1984.
- 2 Il vero cognome è Piccolrovazzi, nato nel 1994.
- 3 Anche studiare gli 883 senza tenere conto dei cambiamenti mediatici avvenuti in Italia negli anni Ottanta e poi Novanta sarebbe errato, come sottolineato in Tomatis 2017.
- 4 Nello spot della primavera 2017 della compagnia di telefonia mobile Wind era presente in sottofondo uno stralcio melodico di “Tutto molto interessante” (quello rappresentato nell’Esempio 4).
- 5 Uno *youtuber* è una persona che gestisce un proprio canale YouTube, in particolare producendo video propri. La nascita di questa figura è recente, e talvolta riesce a diventare una professione, grazie alla monetizzazione delle visualizzazioni superiori a determinate soglie. Soglie e cifre cambiano a seconda delle nazioni. Gli *youtuber* sono generalmente molto giovani (adolescenti o poco più) e attraggono un pubblico della loro età o più giovani. Un target che difficilmente tocca chi ha più di trent’anni.
- 6 Sempre insegnando, ho scoperto dell’esistenza di *youtuber* che pubblicano video sui videogame dei quali non avrei *mai* sentito parlare se non avessi avuto un contatto diretto con degli adolescenti. E si tratta di personaggi che ottengono milioni di visualizzazioni e che sono quasi venerati come rockstar da molti teenagers.
- 7 La copertina è quella del 16 maggio 2017.
- 8 Avevo suscitato le stesse reazioni occupandomi del Festival di Sanremo negli anni Ottanta (cf. Conti 2017b), oltre alle critiche di chi non ritiene ammissibile che si sprechi del tempo studiando una musica di tale basso livello qualitativo.

- 9 La storia della *popular culture* è colma di esempi simili – solitamente rivalutati quando avviene il ricambio generazionale negli ambienti culturali.
- 10 Come nelle frasi di uso comune “Ti ho visto *su* Facebook”, “ho guardato un filmato *su* YouTube”, “l’ho letto *su* un blog”.
- 11 Quasi 142 milioni di visualizzazioni su YouTube al 27 luglio 2017.
- 12 Il vero nome di Danti è Daniele Lazzarin, nato nel 1981. Per i casi successivi, si riporteranno in nota il nome di battesimo seguito dall’anno di nascita, se reperibile.
- 13 I veri nomi di Merk & Kremont sono Federico Mercuri e Giordano Cremona.
- 14 [http://www.fimi.it/certificazioni#/category:tutte/year:0/page:0/term:Fabio\\_Rovazzi](http://www.fimi.it/certificazioni#/category:tutte/year:0/page:0/term:Fabio_Rovazzi) (consultazione 27.07.2017).  
Nell’attuale calcolo per l’ottenimento del disco d’oro (500.000 copie) e di platino (un milione) concorre anche lo streaming: 1500 ascolti di un brano equivalgono a 10 acquisti. <http://www.lastampa.it/2016/02/04/tecnologia/news/anche-la-musica-in-streaming-concorre-al-disco-doro-mdmJnWdKapydnEQ6du9paN/pagina.html> (consultazione 27.07.2017).
- 15 <http://www.rockol.it/news-659548/fabio-rovazzi-andiamo-a-comandare-disco-d-oro-solo-streaming> (consultazione 29.07.2017).
- 16 Più di 117 milioni di visualizzazioni il 27 luglio 2017.
- 17 Alessandro Martello ed Emanuele Longo.
- 18 Quasi 62 milioni di visite al 27 luglio 2017.
- 19 Alessandro Lush e Simone Privitera.
- 20 *Andiamo a comandare / Tutto molto interessante*. Universal Music 0602557545579.
- 21 Le durate qui rappresentate sono quelle dei brani nella loro versione disponibile su Spotify. Le versioni su YouTube sono considerevolmente più lunghe per la presenza di scene recitate prima, durante e dopo i brani veri e propri.
- 22 Si parlerà nel prossimo paragrafo di internet e *meme*. Si noti che “per i *meme* valgono [...] le riflessioni di Umberto Eco e Jacques Geninasca sulla *modularità* come caratteristica determinante per il successo dei testi. Eco [...] parla di ‘sgangherabilità’ come elemento costitutivo dei testi *cult*” (Marino 2015, 105): sebbene i brani di Rovazzi non siano dei *meme* musicali, sembrano essere scritti seguendo tale principio di scomponibilità.
- 23 Nel testo ne viene sottolineato il carattere da tormentone: “Statemi lontano / è contagioso!”
- 24 Si osservi la parentela ritmica delle due frasi: lo *hook* b è ritmicamente identico alle prime due battute dell’Esempio 2.
- 25 Vedi nota 4.
- 26 Il sottoscritto ha visto gli studenti della sua scuola suonare “Tutto molto interessante” con il flauto dolce, cosa che con un rap ‘canonico’ non sarebbe possibile.
- 27 Il vero nome di Fedez è Federico Lucia (1989); quello di Gué Pequeno è Cosimo Fini (1980).
- 28 Persona vocale: “vocal representation of an individual or type of individual in terms of personality, state of mind, age, gender, nationality, ethnicity, narrative archetype, etc.” (Tagg 2013, 605).
- 29 Stefano Belisari (1961).
- 30 È esplicito anche nel testo dell’esempio musicale riportato: non fuma, non beve, non è un tipo minaccioso.

- 31 L'etichetta per cui incide Rovazzi è Newtopia, fondata proprio da Fedez e J-Ax. Il vero nome di Jake la Furia è Francesco Vigorelli (1979), quello di J-Ax è Alessandro Aleotti (1972).
- 32 Il termine italiano "autoscatto" è completamente assente dal vocabolario dei *social network*.
- 33 È comunque importante rilevare che alcune di queste pagine (*Il maschio Alpha, Sesso, droga e pastorizia*) vengono talvolta chiuse per esternazioni linguistiche che vengono spacciate per *humour* nero, ma che in realtà sfociano in sessismo o insulti piuttosto pesanti. Non è il caso di Rovazzi, naturalmente.
- 34 Tempo fa (purtroppo non è possibile costruire una completa archeologia di internet e delle pagine Facebook) fu indetto un *contest* in cui si chiedeva di sostituire la parola 'Panda' (la macchina) a un qualsiasi sostantivo in un titolo di una canzone, dimostrando che sarebbe stata sempre bene. Ricordo, tra queste, una parafrasi di Lucio Battisti: "Una Panda per amico".
- 35 Nella versione transitiva "ti faccio brutto" è la contrazione di "ti faccio diventare brutto", ovvero "ti picchio talmente tanto da farti diventare brutto".
- 36 <https://www.youtube.com/watch?v=W9QIE1OytWg> (consultazione 31.07.2017).
- 37 Sul *meme*, la viralità in rete e i *meme* musicali si rimanda a Marino 2014 e Marino 2015. Partendo dalla definizione di Richard Dawkins di *meme* in quanto "unità di trasmissione culturale o [...] unità di *imitazione*", Marino approfondisce i concetti di *meme* simbiotici (basati su una formula o su un template; 2015, 103). All'interno di questa categoria, il *meme* citato nella Figura 4 e in "Tutto molto interessante" è un *sample* o un *remix* testuale.
- 38 Fonti: <https://www.floptv.tv/meme/morpheus/osserva-neo-la-vastita-del-cazzo-che-me-ne-frega/>; <http://adminchiam.com/curiosita/i-segnali-per-far-capire-alla-gente-la-vastita-del-cazzo-che-te-ne-frega/>; <https://it.pinterest.com/pin/88805423883387753/>; <https://www.facebook.com/ottaviocarbonedj/> (consultazione 01.08.2017). Non sono riuscito a trovare i creatori di queste immagini.
- 39 Queste persone, forti di fronte a uno schermo di computer o di cellulare e codarde di persona, sono definite, con un appropriato neologismo sempre nato in rete, "leoni da tastiera".
- 40 Lorenzo Cherubini (1966).
- 41 L'influenza che Pezzali ha avuto sui rapper nati negli anni Ottanta è testimoniata dagli omaggi resigli nella nuova versione del primo disco degli 883, *Hanno ucciso l'Uomo Ragno* (1991), uscita nel 2012 con la partecipazione, una per brano, di nove rapper (principalmente milanesi): J-Ax, Entics (Cristiano Zuncheddu, 1985), Ensi (Jari Ivan Vella, 1985), Two Fingerz (Daniele Lazzarin e Riccardo Garifo, 1981), Emis Killa (Emiliano Giambelli, 1989), Dargen D'Amico (Jacopo D'Amico, 1980), Club Dogo, Fedez, Baby K (Claudia Nahum, 1983).
- 42 Si considerino questi due esempi: in un intero libro sulla storia del rap in Italia (Ivic 2010), scritto da chi era presente in prima persona nei centri sociali e scriveva sulle riviste di settore, Jovanotti non viene *mai* menzionato (solo da un'intervistata, a titolo denigratorio), mentre in un saggio – sullo stesso argomento – scritto da un non-italiano (Mitchell 1995) Jovanotti compare piuttosto spesso, con le necessarie distinzioni di provenienza.

## Bibliografia

- Conti, Jacopo: “‘Where Is the Orchestra?’ The Sanremo Festival Through the 80s and the 80s Through the Sanremo Festival”. In: Povilionienė, Rima (ed.): *Sounds, Societies, Significations. Numanistic Approaches to Music*. Berlin: Springer, 2017(a), 195-206.
- Conti, Jacopo: “Elio e le Storie Tese: Successful Italian Muso Music”. In: Carrera, Alessandro (ed.): *La memoria delle canzoni. Popular music e identità italiana*. Novi Ligure: Puntoacapo, 2017(b), 193-211.
- Fabbri, Franco: *Around the Clock. Una storia della popular music*. Torino: UTET, 2008(a).
- Fabbri, Franco: *Il suono in cui viviamo*. Milano: Il Saggiatore, 2008(b).
- Garofalo, Reebee / Waksman, Steve: *Rockin’ Out. Popular Music in the U.S.A.* Boston: Pearson, 2014.
- Hosokawa, Shuhei: “The Walkman Effect”. In: *Popular Music* 4 (1984), 165-180.
- Ivic, Damir: *Storia ragionata dell’hip hop italiano*. Roma: Arcana, 2010.
- Lacasse, Serge: ‘Listen to My Voice’. *The Evocative Power of Vocal Staging in Recorded Rock Music and Other Forms of Vocal Expression*. Tesi di dottorato. University of Liverpool, 2000.
- Marino, Gabriele: “Keep Calm and Do the Harlem Shake: meme, Internet meme e meme musicali”. In: Pezzini, Isabella / Spaziante, Lucio (ed.): *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*. Pisa: Edizioni ETS, 2014, 85-105.
- Marino, Gabriele: “Testualità online e lucidità scomponibile: dalla viralità alle pratiche memetiche”. In: *Carte semiotiche* 3 (2015), 100-117.
- Mitchell, Tony: “Questions of Style: Notes on Italian Hip Hop”. In: *Popular Music* 14,3 (1995), 333-348.
- Pezzali, Max: *I cowboy non mollano mai*. Milano: Isbn Edizioni, 2013.
- Santoro, Marco / Solaroli, Marco: “Authors and Rappers: Italian Hip Hop and the Shifting Boundaries of Canzone d’Autore”. In: *Popular Music* 26,3 (2007), 463-488.
- Tagg, Philip: *Music’s Meanings. A Modern Musicology for Non-Musos*. New York/Huddersfield: The Mass Media Music Scholars’ Press, 2013.
- Tomatis, Jacopo: “A Portrait of the Author as an Artist: Ideology, Authenticity, and Stylization in the Canzone d’Autore”. In: Fabbri, Franco / Plastino, Goffredo (ed.): *Made in Italy. Studies in Popular Music*. Oxon/New York: Routledge, 2014, 87-99.
- Tomatis, Jacopo: “The Years of 883: Italian Popular Music at the Time of Commercial Broadcasting”. In: Povilionienė, Rima (ed.): *Sounds, Societies, Significations. Numanistic Approaches to Music*. Berlin: Springer, 2017, 179-194.