

La musica nel mondo digitale: l'influenza dei social network

La musica è un mezzo di comunicazione che va oltre il tempo. Eterna e alla portata di tutti, ha affrontato l'evoluzione degli strumenti comunicativi e delle nuove ere tecnologiche con una rivoluzione del tutto inaspettata e significativa. Il mondo dei social network è riuscito a far scoprire la musica sotto altri aspetti, trasformandola in una compagna di vita sempre disponibile.

La musica ha sempre avuto un ruolo importante nella vita dell'uomo: ha accompagnato rituali e momenti importanti per l'individuo. Ogni cultura utilizza la melodia in differenti modi ma con un unico obiettivo: comunicare. Portavoce di ideali, i musicisti e le loro creazioni, si ritagliano un ruolo all'interno della società che, con l'andare avanti degli anni, è diventata sempre più importante. Un esempio lo si può trovare nella musica rap (o trap) colonna sonora della nuova generazione che, con un linguaggio accattivante e innovativo per l'epoca, costruisce messaggi e diventa veicolo di impegno sociale, di risposta all'esigenza di affermarsi nella società e legame tra uomo e nuove tecnologie. Nel secolo scorso, alcune canzoni sono state protagoniste di fenomeni sociali e manifesto di determinati movimenti come rivolte popolari, lotte operaie e agitazioni studentesche, portavoce dei disagi sociali dell'epoca.

I suoni, secondo alcuni studiosi, agiscono direttamente nella psiche umana: le cellule uditive trasformano l'energia sonora in impulsi nervosi che si riflettono sull'umore e la creatività. Nel 2007, gli esperti Schon, Akiwa-Kabiri e Vecchi, notano come la comprensione di un brano, in effetti, aiuti a memorizzare, attirare l'attenzione e sviluppare le capacità di analisi dell'individuo.

Ma la musica non è solo capace di ciò: l'ascolto diventa il punto chiave dell'esperienza, creando un ricordo indelebile e preciso, legato a un periodo della nostra vita attraverso l'emozione del momento. La sensazione provocata dalla musica è sempre soggettiva, direttamente collegata alla cultura e alla sensibilità individuale. Spesso siamo proprio noi a cercare un genere preciso di melodia per accompagnare l'esperienza: come se volessimo scattare una fotografia mentale precisa e dettagliata per ricordare ogni particolare di quel momento così importante. Trasmettere una sensazione o un'esperienza sonora, permette di evocare anche momenti passati, iconici e importanti per la nostra storia, come se volesse riportarci a quell'esatto momento. Tutti abbiamo provato almeno una volta dei brividi o la pelle d'oca quando sentiamo una canzone che ci tocca nel profondo e che rispecchia in qualche modo la nostra esperienza.

I brani, negli ultimi tempi, si sono evoluti e sono passati dai dischi in vinile (prime forme di registrazione), ai formati mp3, in meno di cento anni. Non solo la loro origine è cambiata, ma anche il metodo di ascolto: l'utente medio, si trova a soddisfare il bisogno di musica attraverso le piattaforme online di streaming

musicale: con esse, l'ascoltatore può crearsi la propria playlist e costruire un castello di emozioni personalizzato. La nascita di Spotify, Apple Music o Rhapsody cerca di soddisfare un bisogno nuovo in un mondo non privo di problemi: l'utilizzo di queste piattaforme provoca un aumento della necessità di ridefinire il ruolo dell'industria culturale, sottolinea il cambiamento nel rapporto tra artista e fan e sconvolge il mercato musicale, richiedendo un approccio diverso e adatto (non più centrato sulla semplice pubblicazione del singolo ma sull'esperienza che ruota attorno).

L'artista, in questo nuovo mondo tecnologico si ritrova a dover comunicare con un pubblico ampissimo, di differenti culture e che desiderano un contatto diretto con la star. Questo tipo di rapporto tra fan e musicista si amplifica, e si approfondisce allo stesso tempo, nei social network: qua l'autore può comunicare con più persone contemporaneamente e ricevere un immediato feedback.

L'identificazione musicale sul web sembra essere un passo fondamentale nella creazione dell'io digitale, trasformando la musica non solo in un portatore di emozioni ma anche di valori individualizzazione. Il fan cibernetico si trova a disposizione una quantità illimitata di informazioni e diversi strumenti per comunicare con il personaggio ammirato. Tutto ciò implica comunque un bisogno di vivere un'esperienza unica e indelebile, che il fan ricerca in ogni modo possibile. Questo desiderio viene soddisfatto da diversi strumenti declinati sia sul mondo digitale che quello reale, come gli incontri diretti con l'artista, i firmacopie, i concerti o le dirette online con musicista.

Proprio per questo, l'artista contemporaneo oltre eseguire il brano deve dedicare gran parte del tempo a promuovere e organizzare campagne mediatiche del proprio prodotto. I social sono un enorme cassa di risonanza sulla divulgazione della pubblicità dell'opera musicale ma richiede un lavoro continuo di presenza sulle varie piattaforme digitali. Infatti, se fino a trent'anni fa i riferimenti per la diffusione di un brano erano le classifiche di vendita dei prodotti fisici, oggi il successo di una canzone si misura in base al numero di riproduzioni sulle piattaforme digitali (classifica iTunes e le tendenze video su youtube). In questo modo si assiste all'affermarsi di un artista in modo più rapido rispetto al passato, come per esempio Fabio Rovazzi o Fedez, che sono diventati famosi non per aver venduto molti dischi ma hanno venduto molti dischi perché famosi sui social