

<http://www.adnkronos.com/IGN/News/>

Dalla filosofia alla formula del 3, ecco come nasce il tormentone musicale dell'estate

ultimo aggiornamento: 29 giugno, ore 20:32

Roma - (Ign) - Si insinuano come un virus potente e indistruttibile nella nostra mente e fanno ballare persone di ogni età. Claudio Cechetto: "Devono essere in tono maggiore e molto spesso c'è una parola ripetuta più volte, in genere tre". Un filosofo francese: "Sono la moneta di scambio delle nostre emozioni"

Roma, 29 giu. (Ign) - Fanno ballare gruppi di ogni età sulle spiagge, vengono cantati da adulti e bambini, gaudenti e pensionati e spesso durano una sola estate. Sono i tormentoni musicali, croce e delizia delle nostre orecchie, che si insinuano come un virus potente e indistruttibile nella nostra mente per alcune ore o per tutta la vita pronto a ritornare all'attacco nei momenti più impensabili e senza alcun preavviso. Un esempio: **la Macarena**, canzoncina del 1995 che si è affermata senza una vera e propria strategia promozionale, spinta solo dalla sua potenza ripetitiva, ma che ha fatto il giro del mondo facendo ballare tutti, dai politici ai bambini.

Ma come funziona il contagio? Nessuno può indovinare il segreto del successo di una canzone, la qualità che eleva musica e parole al rango di 'tormentone'. "Il vero tormentone è per sua natura **estivo perché è il momento in cui le difese immunitarie diminuiscono** e quindi uno è più disponibile, meno critico", dice Claudio Cechetto in un'intervista a 'Repubblica' spiegando che non ci sono regole, casomani dei comuni denominatori: "Devono essere in tono maggiore, e poi **molto spesso c'è una parola ripetuta più volte, in genere tre**, o anche tre parole diverse, tipo 'sole-cuore-amore' o 'Boys boys boys. E' la regola del tre, ma è puramente indicativo".

A spiegarlo ci prova anche **Peter Szendy**, un filosofo e musicologo francese che nel suo saggio 'Tormentoni. La filosofia nel Juke-Boxe', analizza alcuni celebri "tarli dell'orecchio": come 'Parole parole parole', incisa decenni fa da Mina e Alberto Lupo, o 'Can't get you out of my head' di Kylie Minogue.

Bisogna elevare **le canzoni** al rango di oggetti filosofici - sostiene il filosofo rileggendo il Walter Benjamin dei Passages - per capire che esse, proprio come il denaro per la merce e il desiderio, **sono la moneta di scambio delle nostre emozioni**: "Questi motivi sono spesso autoreferenziali: parlano di se stessi come le emozioni", dice l'autore. Certamente è qualcosa che ha a che fare, paradossalmente, con la banalità, con la scambiabilità totale della musica popolare. Per questo - come sosteneva Wittgenstein - le canzoni si incastrano nei nostri pensieri e sentimenti. E non ci lasciano più.