



RIVOLUZIONE HIT

Questa formula magica cambierà la musica

Fabbrica di star

Quali saranno i successi del futuro? Lo stabilisce un algoritmo, che in pochi minuti riesce a prevedere se una canzone scalerà le classifiche o farà flop. L'invenzione si chiama Uplaya e sta rivoluzionando il mercato discografico.



di **GIANNI POGGIO**

«**L**e canzoni brutte inquinano gli orecchi, quelle belle rendono la vita migliore e fanno piovere dollari». David Meredith, amministratore delegato del colosso americano Music intelligence solutions, scandisce bene le parole. Sa che il sistema Uplaya hit song science, l'invenzione messa a punto dalla sua società, cambierà per sempre il music business, ma non vuole passare per un guru che la spara grossa.

«Uplaya è un sistema di intelligenza artificiale in grado di prevedere se una canzone ha qualche, molte o nessuna possibilità di diventare un successo di massa. Non è un'invenzione usa e getta o una trovata pubblicitaria, die-

tro Uplaya c'è il lavoro di decine di scienziati e ricercatori. Professionisti, non illusionisti o veggenti».

«La più grande invenzione in campo musicale dopo il cd» ha sentenziato l'importante magazine americano *Billboard*, il primo a intuire che ignorare Uplaya oggi sarebbe come far finta che non esistono gli mp3. «Uplaya» spiega Meredith «isola e analizza i singoli aspetti musicali presenti in una canzone fatta e finita: la velocità del ritmo, la linea >

Panorama LIVE

Guarda il video sul cellulare
Con il Qr Code puoi vedere il filmato che spiega il funzionamento di Uplaya.

Scopri come fare nell'ultima pagina di *Panorama*.



Come funziona

ISTRUZIONI PER L'UPLAYA

Dopo avere caricato i brani sul sito Uplaya.com, l'autore riceve una pagella dal sito. E può valutare qual è il reale potenziale commerciale delle sue composizioni.

- 1 Arriva una email con l'analisi musicale del brano: «È pop, rock...».
- 2 Il secondo messaggio spiega i criteri di valutazione del brano.
- 3 Arriva il giudizio: «Hai scritto un hit» oppure «Non funzionerà mai».
- 4 «Hai in mano un buon pezzo, ma devi proprio cambiargli look».
- 5 Consigli sulla distribuzione, tipo: «Niente negozi, solo internet».
- 6 «Il brano va fatto conoscere attraverso esibizioni in concerto».

spettacoli

> melodica, la brillantezza del suono, la sequenza di accordi e persino l'intonazione. A quel punto scatta il confronto con il database delle canzoni che hanno sbancato le classifiche nella storia della musica o che hanno avuto una programmazione insistente nelle radio. I parametri vengono aggiornati di continuo: se nasce un nuovo genere musicale che funziona, tutto il sistema viene riparametrato includendo le nuove sonorità».

Tra i vantaggi di Uplaya c'è poi la rapidità del verdetto: «In pochi minuti» prosegue Meredith «tramite il sito Uplaya.com arriva all'autore del brano una risposta precisa e definitiva. Tipo: "Il tuo brano è un potenziale hit, ma va rallentato". Oppure: "Questa canzone non soddisfa nessuno dei requisiti di un pezzo per le masse, tieniti stretto il tuo posto di lavoro". All'inizio il cliente carica due brani sul sito e riceve una valutazione gratuita. Poi il servizio diventa a pagamento: 90 dollari per l'analisi di 15 canzoni».

Salutando l'arrivo del sistema Uplaya come una rivoluzione epocale, *The Economist* ha scritto: «Altro che fantascienza, questa invenzione è tra noi e cambierà per sempre il modo di scrivere musica». «Su questo punto» sottolinea l'amministratore delegato della Music intelligence solutions «voglio subito zittire i puristi. Uplaya non danneggia la creatività, non riduce l'arte a una formuletta matematica. Noi rive-

PanoramaLIVE

Guarda il video sul cellulare
Con il Qr Code puoi vedere
un estratto dal video
di Shakira, «She wolf».



Scopri come fare nell'ultima
pagina di Panorama.



E a Londra si studia l'algoritmo per il telefilm perfetto

FORMULE PER IL SUCCESSO Uplaya (qui sotto, il logo) non è l'unica applicazione di intelligenza artificiale in grado di dare indicazioni certe sul potenziale commerciale di un'opera dell'ingegno. In Gran Bretagna, tre professori dell'Università di Londra Royal Holloway



stanno studiando un algoritmo per valutare la sceneggiatura perfetta dei telefilm attraverso lo studio dei dialoghi. Sempre un algoritmo è alla base di Pandora Radio (a destra, il logo), che organizza l'ascolto delle radio via web sulla base dei gusti musicali del singolo utente. In pratica, è come avere una stazione radio personalizzata che trasmette solo musica gradita. E, per di più, gratis.



liamo al compositore se il suo brano ha i tratti del singolo di successo. Per essere chiari: ci sono artisti come gli inglesi Radiohead che non scrivono canzoni facili o radiofoniche. Eppure, vendono milioni di album a un pubblico musicalmente colto che non ama i ritornelli».

Chuck D, rapper dei celebri Public Enemy, si sofferma su un altro punto di vista: «Grazie a Uplaya, uno sconosciuto esordiente può emergere dal buio in poche settimane. O, almeno, sapere con certezza di avere nel cassetto un pezzo che può fare breccia». Gli fa eco Ben Novak dalla Nuova Zelanda, un ex giornalista musicale che per anni ha coltivato il sogno di pubblicare una sua canzone intitolata *Turn your car around*: «Dopo il responso positivo di Uplaya, l'ho fatta incidere a Lee Ryan, ex componente di una pop band chiamata Blue. Risultato? Dodicesimo posto in Gran Bretagna e secondo in Italia».

L'altra faccia del fenomeno Uplaya è l'utilizzo dell'algoritmo magico da parte delle star affermate che vogliono saggiare l'impatto commerciale di nuovi brani. Ne sanno qualcosa gli staff di Mika, di Shakira, di Madonna e di Norah Jones che, a più riprese, si sono serviti dell'applicazione di intelligenza artificiale per capire in tempo reale se stavano puntando sulla canzone giusta o meno.

Shakira, 32 anni:
il suo ultimo album
è «She Wolf».

Una questione per nulla secondaria, soprattutto

dal punto di vista economico e promozionale.

Spiega Jon Bon Jovi, uno che in 25 anni di carriera ha sempre azzeccato le canzoni traino dei suoi dischi, quelle che passano in radio e che fanno centro al primo ascolto: «Per come è strutturato il mercato, indovinare il brano che lancia l'intero cd è fondamentale. Se la prima canzone nuova che arriva agli orecchi della gente non funziona, ne risente pesantemente

Tutti i numeri

2

le canzoni che il sito di Uplaya esamina gratis.

5.540

gli autori che hanno utilizzato il sistema, inclusa Madonna, qui a destra.

90

i dollari che occorrono per l'analisi di 15 brani.



l'andamento dell'intero album».

«Quella odierna non è un'industria discografica che può ancora permettersi flop» ricorda David Meredith. «Uplaya non è solo un supporto tecnologico altamente innovativo. Con questo sistema si risparmiano soldi e si investe su prodotti garantiti e certificati. E poi non attenta in alcun modo alla creatività».

A sostegno della sua tesi Meredith fa anche un salto all'indietro di 100 anni: «Georges Polti, uno scrittore francese nato nel 1868, individuò 36 tipologie di trame per libri in grado di aumentare il numero dei potenziali lettori. Ecco, Polti non ha ucciso la letteratura, ha solo aiutato i suoi colleghi a intercettare le esigenze del pubblico. Come Uplaya». ●