

ultrasuoni



di PAOLO MAGAUDDA*

Dal momento in cui nel 1877 Thomas Edison inventò il fonografo, gli oggetti e le tecnologie sono divenuti una parte fondamentale della nostra cultura musicale. Se la musica rappresenta un contenuto per sua natura immateriale e intangibile, le tecnologie e i supporti sonori ne costituiscono l'interfaccia indispensabile per relazionarci con i suoni registrati; riflettere sugli oggetti e le tecnologie costituisce una prospettiva curiosa e alternativa per comprendere il ruolo della musica nella società contemporanea. Iniziamo subito con un esempio, pensando a come le trasformazioni della mobilità musicale siano state legate alla diffusione di una nuova tecnologia apparentemente semplice: il walkman. È proprio attorno a questo oggetto che la musica e il suono sono divenuti strumenti per acquisire il controllo della colonna sonora delle nostre passeggiate, per gestire le nostre esperienze dello spazio urbano e anche per tenere a distanza le persone che ci circondano e con cui non vogliamo interagire (come ha raccontato qualche anno addietro l'etnomusicologo inglese Michael Bull sia su queste pagine che nel libro *Sounding out the city*, uscito nel 2000 e ancora inedito in Italia). Oggetti materiali e tecnologie musicali possono insomma farci comprendere meglio non solo il ruolo della musica nella società, ma possono dirci qualcosa di nuovo sulle nostre relazioni sociali e possono anche illuminarci sul ruolo delle tecnologie in generale nel dare forma alle nostre esperienze. Sofferamoci per un momento sul ruolo sociale delle tecnologie in generale. È diffusa la vulgata che descrive le tecnologie come «magiche e rivoluzionarie» (così Steve Jobs ha per esempio definito l'iPad presentandolo a giornalisti e

fan). Eppure le tecnologie sono profondamente legate ai nostri bisogni, abitudini, relazioni e agli spazi in cui organizziamo le nostre vite quotidiane. Ecco: ragionare attorno ai dispositivi musicali - iPod, lettori cd, computer o dischi in vinile - ci permette di osservare come essi si intrecciano nelle nostre vite e di comprendere meglio l'intricata relazione tra tecnologie e vita quotidiana. Per raccontare il rapporto tra ascoltatori di musica e tecnologie possiamo iniziare considerando uno degli ambiti musicali probabilmente più elaborati e curiosi: il mondo degli appassionati di impianti hi-fi (o hi-end), i cosiddetti «audiofilii». La passione per gli impianti ad «alta fedeltà» musicale è infatti una forma di consumo musicale molto particolare: la passione degli audiofilii per la musica li spinge ad acquistare tecnologie e dispositivi molto elaborati e spesso molto costosi, con l'obiettivo di raggiungere la migliore qualità di riproduzione musicale. Se per metà la loro passione vede al centro la musica, per un'altra metà, invece, le loro attenzioni sono rivolte proprio agli impianti, agli accessori e alle tecnologie. I loro impianti sono costituiti da molti componenti (potenti amplificatori, magari «valvolari»; casse acustiche molto raffinate; costosi lettori cd, oppure giradischi di produzione artigianale) collegati con costosi cavi (d'argento o addirittura di platino) e periodicamente controllati e testati. Non esiste una cifra standard per definire il livello minimo di qualità di un impianto hi-fi: tra gli audiofilii che ho intervistato (per il libro «*Oggetti da Ascoltare. HiFi, iPod e consumo delle tecnologie musicali*», il Mulino, 2012, ndr), il costo degli impianti hi-fi si aggirava da un minimo di 3mila a punte di 25mila euro. Ma gli impianti più costosi - che si possono incontrare alle fiere annuali dell'hi-fi (la più importante a Milano nel mese di Marzo) - possono raggiungere senza difficoltà i 100mila euro. Da un punto di vista meno venale e più - potremmo dire - filosofico, il mondo degli appassionati di hi-fi rappresenta l'incontro tra particolari tecnologie e una altrettanto particolare visione della musica e di come deve essere ascoltata. Una delle distinzioni più basilari della cultura hi-fi riguarda, per esempio, la differenza tra «sentire» e «ascoltare», due definizioni che rimandano ad attività differenti e non sovrapponibili. Questa differenza mi è stata chiarita da un audiofilo, durante una delle numerose interviste fatte con appassionati di hi-fi. Spiegava: «Un conto è ascoltare la musica e un conto

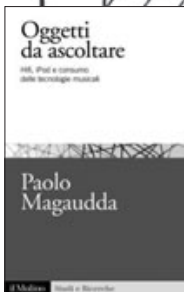
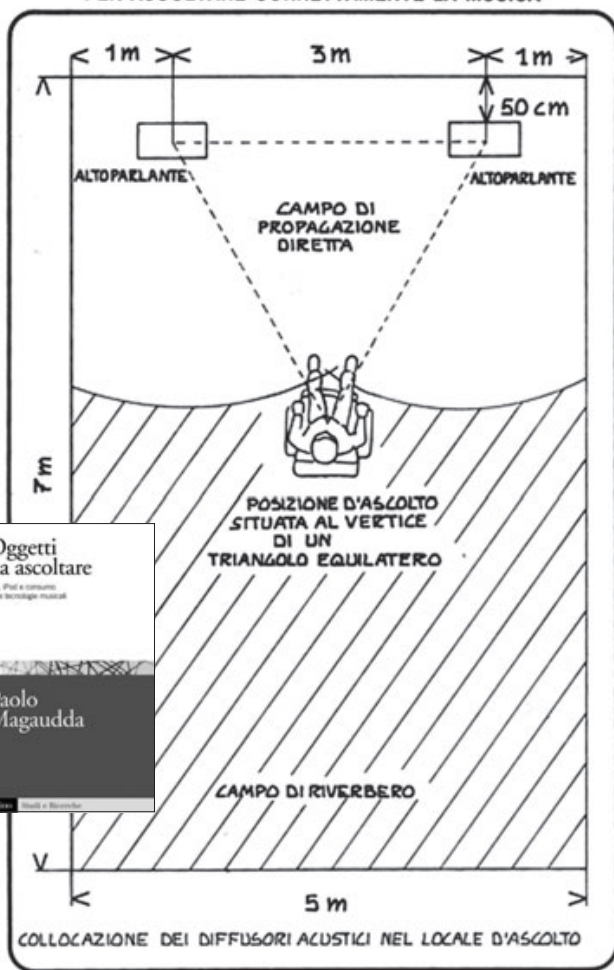
Come dispositivi e tecnologie per ascoltare la musica aiutano a plasmare le nostre vite sociali. Tra moda, manie e marketing fin troppo invasivo

Uno schema per l'ascolto ideale, la copertina del libro di Magaudda. Una pubblicità Usa d'annata per un impianto stereo, sotto una pubblicità «audiofila» più recente. Accanto Bush, fiero del suo iPod «pieno di country music americanissima». A sinistra un lavoro di Banksy, Steve Jobs, stencil e sticker art

è sentirla. Ascoltare vuole dire essere davanti alle casse, sull'asse che collega la retta che attraversa la disposizione delle casse. Al di là di questo la situazione non è ascoltare, è sentire, perché un sacco di segnale che ti fa percepire la tridimensionalità del suono non lo percepisci più quando sei fuori da quella posizione».

Il rapporto tra gli audiofilii e i propri impianti travalica spesso la semplice passione per la musica. Il più delle volte gli audiofilii hanno un particolare trasporto nei confronti delle tecnologie musicali e i loro comportamenti possono facilmente apparire maniacali e ossessivi. In effetti, per certi versi la loro passione per gli impianti hi-fi può essere considerata un esempio di «feticismo per le tecnologie»: ne parlava già Karl Marx nel *Capitale* a proposito del «feticismo delle merci», ma probabilmente ne osserviamo tutti i giorni degli esempi guardando l'importanza attribuita da molti a smartphone o ai televisori Lcd. La questione del feticismo dell'hi-fi affiora spesso in molte «confessioni» degli audiofilii appassionati di musica classica e per un'altra metà schiavi della società dei consumi - certamente le loro esperienze con le tecnologie costituiscono una particolare prospettiva per comprendere più a

PER ASCOLTARE CORRETTAMENTE LA MUSICA



LIBRI ■ UNA RICERCA SUL NOSTRO RAPPORTO, A VOLTE INSANO, CON LE «TECNOLOGIE MUSICALI»

Dacci oggi il nostro mp3 quotidiano



fondo l'intricata relazione tra dispositivi musicali, vita quotidiana e gli spazi in cui viviamo. Vediamone un altro esempio. Per ascoltare correttamente un impianto hi-fi è necessario seguire determinate indicazioni che riguardano soprattutto la disposizione spaziale dell'impianto nella stanza, nonché la forma della stanza stessa in cui si ascolta la musica. Le guide per appassionati offrono sempre una sezione specifica dedicata a questo tema: la disposizione dell'impianto. La soluzione migliore sarebbe quella di posizionare l'impianto in una stanza di circa 35 mq, con le casse a 3 metri di distanza l'una dall'altra e in cui sia possibile sedersi al centro. Sicuramente si tratta di una soluzione

molto confortevole dal punto di vista sonoro, ma di difficile realizzazione, soprattutto ai giorni nostri, con il rincaro degli affitti e la crisi economica! Una delle conseguenze di tutto ciò per l'esistenza quotidiana degli audiofilii riguarda proprio la scelta della casa dove vivere, che l'appassionato di hi-fi effettua sempre considerando anche la sua adattabilità per l'ascolto del proprio impianto hi-fi. Molti degli audiofilii mi hanno raccontato di avere scelto la propria casa ponendosi il problema di come sarebbe stato collocato l'impianto. «Quando io e la mia compagna abbiamo deciso di andare a vivere assieme - raccontava un altro intervistato - abbiamo cercato una casa in affitto. E tra le varie necessità



CERVELLONI ROCK, TRA MASTER E DOTTORATI

di FRANCESCO ADINOLFI

Le università ne approfittano per farsi pubblicità e per accaparrarsi nuovi studenti, da qui la mania di insegnare una teoria di musicisti di lauree honoris causa. Molti artisti, però, vanno avanti per la loro strada e completano gli studi in maniera sorprendente. Tra questi: **Tom Scholz** (dei Boston, la band di *More than a Feeling*) in possesso di laurea triennale e magistrale in ingegneria meccanica. Anche **Phil Alvin** dei *Blasters* - che continua a tenere in piedi la band - ha completato una laurea magistrale nonché un dottorato in matematica e intelligenza artificiale. Una laurea magistrale in biologia molecolare anche per **Dexter Holland** degli *Offspring* che si

avviava al dottorato quando la band è decollata. **Greg Gaffin** (nella foto), cantante dei *Bad Religion*, è scrittore e professore con un dottorato in zoologia conseguito alla Cornell University. Importante la scelta di **Brian May** (Queen) che ha completato il dottorato in fisica dopo averlo iniziato prima del grande successo della band. La carriera di **Kari Precoda** (*Dream Syndicate*) è passata dalla psichedelia alle aule universitarie. In possesso di un dottorato in inglese, ora insegna cinema e studi culturali al Virginia Tech. Degna di nota anche la formazione universitaria di **Rubén Blades**, il poeta della salsa, che ha conseguito a Panama una laurea triennale in legge e a Harvard una laurea magistrale in legislazione internazionale. **Kris Kristofferson**, il cantante di *Me and Bobby McGee*, ha una laurea magistrale in letteratura inglese. Anche nel nostro paese tanti i laureati (Jannacci, Baglioni, Elio, Vecchioni, Tiziano Ferro, Cristiano Godano dei *Marlene Kuntz* ecc.) e le honoris causa (da Guccini a Vasco Rossi).



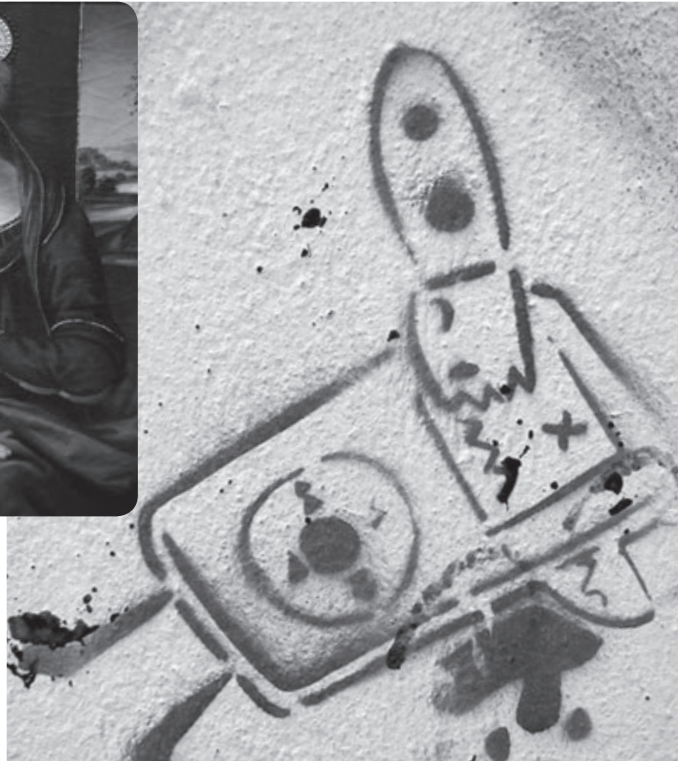
c'era il posto dove tenere l'impianto hi-fi. Quindi ci doveva essere lo spazio decente per metterci l'impianto; non necessariamente una stanza dedicata, è ovvio, però uno spazio deve le casse potessero stare alla stessa larghezza. Quando abbiamo visto la nostra attuale casa abbiamo pensato: perfetto».

I dubbi nella scelta degli audiofili rispetto alla casa dove abitare, con un occhio particolare a dove posizionare l'impianto, costituiscono probabilmente uno dei migliori esempi per constatare come la passione per alcune tecnologie musicali contribuisca letteralmente a plasmare e dare forma agli spazi in cui viviamo quotidianamente. Un'altra considerazione attorno al mondo dell'hi-fi riguarda il rapporto tra impianti di alta fedeltà e «stili sonori» di ascolto. Un ascolto in alta fedeltà non dovrebbe essere caratterizzato dall'esaltazione esagerata delle frequenze basse, ovvero da regolazioni con i «bassi pompato».

Come ha evidenziato un audiofilo esperto nella costruzione delle casse acustiche, per assecondare questo stile sonoro basterebbe comparare delle casse economiche al centro commerciale. Spesso, come racconta ancora un altro esperto, nel contesto dell'alta fedeltà (come del resto anche in altri ambiti sociali) sono il marketing, le mode e le apparenze a giocare un ruolo determinante nei gusti e nelle scelte degli appassionati: «Il mondo dell'alta fedeltà ha un riferimento che non è tecnico, è di marketing, è l'immagine. Perché se ho un lettore cd della Pioneer, questo lettore non suona bene, non è un granché. Se invece ho un bel lettore che pesa 20 chili, con un nome alisonante e che costa 10mila euro, allora deve suonare bene per forza. Ma se poi li vai a confrontare non si sentono grosse differenze».

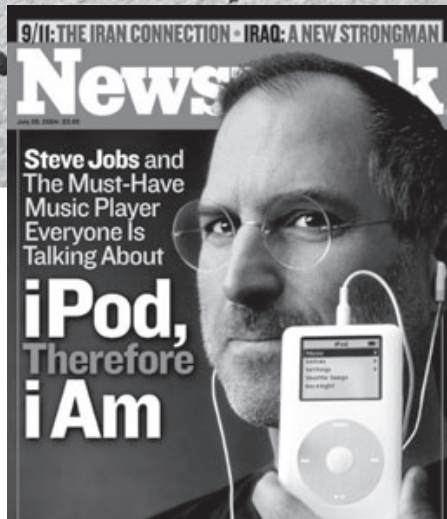
Vediamo ora cosa sta succedendo con l'arrivo della musica digitale e con la diffusione di una serie di nuove tecnologie, dispositivi e piattaforme musicali. Nel momento della loro più decisa diffusione, tra il 2003 e il 2005, i lettori portatili di mp3, e in particolare l'iPod, sono diventati oggetti al centro di molteplici processi sociali legati alla visibilità mediale, alla moda e all'imitazione sociale. È intorno al 2004 che viene coniato - a partire dalla nota frase cartesiana - lo slogan «iPod, therefore I'm», che sveltava quell'anno a caratteri cubitali in una copertina del *Newsweek* insieme al volto di uno Steve Jobs in una delle sue ricorrenti espressioni da «cannibale» della Silicon Valley. In quei primi anni, la moda dell'iPod ha riguardato tutte le età e tutti i livelli sociali.

Nel 2005 ebbe per esempio un notevole risalto il fatto che il



Siamo ostaggi di oggetti-~~feticcio~~ che ci dominano. Recuperare un «ruolo digitale» attivo e sensato è il segreto per un futuro più consapevole

presidente degli Stati Uniti George W. Bush si vantasse di avere il proprio iPod pieno di americanissima musica country (artisti come George Jones, Alan Jackson o Kenny Chesney) da ascoltare tra una riunione nella sala ovale e un meeting internazionale. Ma, come spesso accade con le mode, è tra gli adolescenti che l'iPod è divenuto in quei primi anni un oggetto dall'alto valore simbolico, attorno al quale si sono ridefinite le appartenenze di gruppo e i rituali relazionali delle nuove generazioni. Come mi ha raccontato nel 2005 Veronica - una studentessa di scuola superiore - l'iPod era divenuto il regalo d'obbligo da farsi reciprocamente tra compagni di scuola, con l'effetto di rimarcare le



appartenenze e le differenze generazionali e di gruppo: «Certamente, l'iPod era qualcosa di particolare, che gli altri non avevano. Quest'anno (nel 2005) c'è stato il boom. Sì, all'inizio dell'anno l'iPod lo aveva una persona su trenta. Poi c'è chi se lo è fatto regalare per il compleanno, per l'onomastico, per il fidanzamento, quando hanno fatto un mese di fidanzamento. Ho notato che questo iPod è diventato il regalo che ha avuto la precedenza su tutto: che cosa posso regalare? Oh, quasi quasi regalo un iPod». Un altro tipo di cortocircuito tra oggetti musicali e reazioni sociali lo ritroviamo soffermandoci su un'altra nuova tecnologia legata alla musica digitale, ovvero i software di file

sharing. È curioso ricostruire come, soprattutto nei primi tempi, la pratica apparentemente solitaria e individuale costituita dallo scaricare la musica da internet sia invece spesso divenuta un'occasione sociale e collettiva. Sono molti i primi utilizzatori dei programmi di file sharing (come gli oramai defunti Napster, Kazaa e Morpheus) che hanno ricostruito con i loro ricordi situazioni di «download collettivo», in cui imparare a scaricare la musica da internet diveniva un evento di gruppo (un po' come fu negli anni '50 guardare *Lascia o Raddoppia?* al bar del paese). Un downloader mi ha raccontato addirittura di come - lui esperto nell'installare e nel fare funzionare questi nuovi programmi musicali -

venisse invitato a cena dagli amici proprio per insegnare loro come scaricare: «Mi ricordo che nel primo periodo parlavo di questa cosa in giro, ovvero del fatto che si poteva scaricare gratis tramite internet un sacco di musica che era semplice e che se tutti scaricavamo ci sarebbe stata più musica a disposizione nella rete. E non vorrei dire che mi invitavano a cena per insegnargli a scaricare, però ricordo che è successo varie volte che sono andato a casa di amici per installare i programmi e per fare vedere come funzionava... insomma facevo un po' da consulente». Se mettiamo questo esempio accanto al precedente, possiamo mettere in risalto che la diffusione di nuovi oggetti e tecnologie musicali genera sia nuove opportunità di relazioni sia il ricrearsi di più tradizionali forme di emulazione sociale. Del resto non dobbiamo dimenticare che le nuove tecnologie portano sempre con sé anche tensioni, incognite e aspetti problematici. Una delle più comuni critiche nei confronti della musica digitale riguarda, per esempio, il fatto che la circolazione di singoli brani mp3 (scaricati da iTunes Store o guardati direttamente su youtube) sia la causa della «morte dell'album» come unità della creazione artistica (dimenticando invero che l'idea culturale di «album» è un'invenzione tardiva: si sviluppò solo nella seconda metà degli anni '60). Una critica ancora più profonda sollevata da parte di molti ascoltatori nei confronti della musica digitale riguarda, invece, la perdita di quel valore che gli oggetti musicali tradizionali sapevano produrre attorno all'esperienza dell'ascolto e che i bit digitali non sono più in grado di ricreare. La scomparsa dei supporti tradizionali (cd, vinili, mix-tape) a favore della gestione della musica attraverso il computer può produrre il sentimento di perdita del valore culturale della musica e della pratica dell'ascolto. Questa critica può essere anche raccontata - come ha fatto un ascoltatore durante un'intervista - come una deumanizzazione del rapporto tra il fan e l'artista: «Secondo me la musica digitale deumanizza il rapporto con l'artista. Pensiamo a un approccio classico che abbiamo avuto con la musica, soprattutto da adolescenti: ti mettevi davanti alla televisione a sentire il gruppo che ti piaceva; poi magari compravi il cd,

magari ti leggevi l'articolo sulle riviste. Adesso è tutto sullo schema del computer - dal video alle recensioni, alle foto - e non esce più dal computer». Stabilire se la musica digitale sia una straordinaria opportunità per esplorare nuove forme di creatività musicale oppure, al contrario, se rappresenti una perdita di valore e significato della musica non è forse la domanda più adatta. È forse più utile pensare che la musica digitale, e soprattutto la sua appropriazione concreta, il modo in cui ci relazioniamo con i suoi nuovi «oggetti», ha aperto uno spazio di cambiamento per ridefinire - sia nel bene sia nel male (dipende da come ci comportiamo noi utilizzatori) - relazioni sociali, significati e pratiche culturali legate alla passione per la musica. Siamo noi ascoltatori che dobbiamo dare un senso a questo cambiamento.

Più in generale, i vari esempi incentrati sulla relazione con gli oggetti musicali ci dicono che le tecnologie sono molto importanti nelle nostre vite. Ma ci dicono anche che esse non devono essere interpretate come una «rivoluzione magica» impostaci dall'esterno, magari dalla grande azienda di turno. E neppure come una novità repentina destinata a travolge le nostre abitudini consolidate. Piuttosto, dobbiamo pensare alle tecnologie come uno spazio di cambiamento (e, perché no?, anche di lotta), nel quale, come utilizzatori e ascoltatori, possiamo avere un ruolo attivo e significativo. Se comprendiamo il ruolo attivo che possiamo avere nel plasmare le tecnologie, possiamo allora anche intravedere le possibilità a nostra disposizione per dare più consapevolezza forma al nostro futuro. Un futuro rapidissimo che ci sta aspettando dietro la prossima repentina curva nel percorso dell'innovazione tecnologica.

«È un sociologo dell'università di Padova dove lavora sulle conseguenze sociali e culturali delle tecnologie e dell'innovazione. «Oggetti da ascoltare - Hifi, iPod e consumo delle tecnologie musicali» (Il Mulino, 2012) è il suo primo libro di ricerca su questi temi. Il testo, uscito di recente, scandaglia e ridiscute in maniera avvincente il nostro rapporto con le fonti sonore che usiamo tutti i giorni

