

Come l'acqua dal rubinetto



Cosa succede agli ascoltatori quando il suono diventa immateriale. Gli effetti estetici della digitalizzazione della musica.

■ Paolo Magaudda

Negli ultimi anni la musica ha vissuto una vera e propria rivoluzione: la sua completa digitalizzazione. A partire dall'inizio del nuovo millennio abbiamo assistito alla rapida diffusione di mp3, di programmi per scaricare la musica da internet (sia illegali che a pagamento), di lettori portatili, di telefoni con funzioni musicali, ecc. Se pensiamo alle dimensioni del fatturato dell'industria fonografica (20 miliardi di dollari solo nei 19 Paesi più industrializzati) è facile intuire la portata di tali trasformazioni. Cosa succede nel momento in cui la musica perde il proprio *status* di oggetto concreto per trasformarsi in un flusso immateriale di dati informatici?

La musica non esiste

La sociologia non si chiede che cosa sia il bello in musica, come potrebbero fare l'estetica o la filosofia, ma pone l'attenzione sulle forme attraverso cui gli individui attribuiscono significati e valori alla musica: questa è la prospettiva che adotteremo. L'ascolto musicale è infatti strettamente connesso ad un rapporto *pratico* e diretto con gli oggetti che mediano il suono e che rendono così possibile acquisire, possedere e ascoltare la musi-

ca: più che alla "musica" la sociologia guarda allora al nostro commercio intimo e quotidiano con vinili, vecchie cassette, computer e files.

Cosa succede, quindi, all'oggetto culturale *musica* nel momento in cui si trasforma il suo *status* materiale e mutano conseguentemente le pratiche e i valori simbolici associati a questa materialità? Una delle più diffuse metafore per descrivere queste trasformazioni è quella del *rubinetto dell'acqua*: il nuovo panorama tecnologico trasforma la musica in un flusso continuo, spesso gratuito (benché prevalentemente illegale), in grado di *sgorgare* ininterrottamente dalle connessioni internet nelle case di milioni di utenti.

Ci interessa tanto una questione apparentemente bassa, come la "materialità" perchè, a differenza di quanto si potrebbe intuitivamente ritenere, la musica, almeno dall'avvento della registrazione sonora alla fine dell'Ottocento, non è mai stata solo suono, ma anche e soprattutto *cultura materiale*. Cioè un continuo trafficare con "feticci" (dischi, canzoni) su cui proiettiamo significati, a cui leghiamo ricordi, che connotiamo con emozioni e sentimenti. Come dice la

Svolge attività di ricerca nel dipartimento di sociologia dell'Università di Padova.

sociologa Tia DeNora la musica è una *tecnologia del sé* (concetto preso in prestito dal filosofo Foucault), cioè strumento con cui modelliamo la nostra identità. I nostri gusti musicali da un lato dicono qualcosa di noi, raccontano la nostra storia, dall'altro manifestano il nostro posizionarci in certe coordinate sociali: mostrare agli ospiti la collezione di dischi d'opera o quella di file scaricati di Eminem ha significati chiaramente molto diversi.

Questa centralità degli oggetti materiali nell'esperienza degli ascoltatori è particolarmente evidente nelle passioni dei collezionisti di dischi, manie se non vere e proprie perversioni, narrate da Evan Eisenberg in *L'angelo con il fonografo*.

Identikit dell'audiofilo

Gli appassionati di impianti HiFi, i cosiddetti *audiofili*, coltivano competenze tecniche esoteriche non meno degli appassionati di macchine o computer. In primo luogo, l'audiofilo costruisce i propri gusti e la propria passione in relazione ad una particolare idea di *fedeltà* e di *qualità* sonora, di cui egli va alla ricerca attraverso l'acquisto di nuovi e costosi componenti del proprio impianto: l'artificio tecnologico più complesso è paradossalmente posto al servizio della naturalezza del suono. Inoltre, l'uso dell'impianto HiFi richiede una particolare collocazione in casa, solitamente in una sala ad esso esclusivamente dedicata. Per ottimizzare l'ascolto poi l'audiofilo studia anche il miglior punto in cui sedersi posizionandosi rispetto alle casse. Insomma, l'audiofilo costruisce per la sua passione uno "spazio-tempo" nettamente separato dalla vita ordinaria – tutto l'opposto dell'ascoltatore del walkman a spasso per la città, tanto per far vedere come non esista la "musica" al di fuori delle diversificate ed eterogenee pratiche di ascolto che le conferiscono significato.

Ed infatti l'uso delle recenti tecnologie musicali digitali presenta un tipo di ascolto differente, non ossessionata dalla ricerca della "fedeltà" del suono – gli mp3 sono infatti un formato "compresso", che dunque riduce la qualità del suono. Più in generale, inoltre, le tecnologie digitali favoriscono un ascolto più flessibile, che permette la moltiplicazio-



Jerzy Flisak, Poster per *The Ballad of Cable Hugue*, 1972, particolare, cortesia Dover Publications.

ne sia delle possibilità di accesso alla musica (i programmi di scambio tramite internet) che degli usi di differenti strumenti di ascolto (computer e lettori portatili insieme a impianti stereo tradizionali). Soprattutto, il sistema tecnologico digitale rende possibile un nuovo livello di mobilità delle collezioni musicali, che possono essere adesso racchiuse nella memoria di un computer e trasportate interamente nelle tasche dei propri ascoltatori, come recita una delle prime pubblicità della Apple.

Comunque, sia nel caso dell'alta fedeltà ricercata dall'audiofilo che in quello degli mp3, le tecnologie e gli oggetti svolgono un ruolo centrale nello strutturare i modi in cui le persone ascoltano la musica. Da questo punto di vista, peraltro, come sostiene il filosofo ed antropologo Bruno Latour, gli oggetti materiali e le tecnologie continuano a costituire delle "masse assenti", che reclamano un pro-

prio ruolo nella comprensione dei processi sociali e culturali contemporanei.

Feticismo ipertecnologico

Oggi la musica, in quanto oggetto materiale, non scompare, ma si trasforma in qualcosa di diverso: in lettori portatili, in memorie dei computer, in strani accessori da salotto. Inoltre, è curioso constatare come anche il valore del disco tradizionale non sparisca, ma piuttosto si *radicalizzi* in oggetti dotati di un particolare significato sociale. Il disco tradizionale, infatti, rimane presente soprattutto nelle forme di consumo a più alto valore simbolico: regali fatti agli amici, edizioni speciali per collezionisti, oggetti acquisiti in particolari situazioni, come per esempio nei concerti dal vivo. Del resto, anche rimanendo nell'ambito delle tecnologie digitali possiamo ritrovare lampanti esempi di come il desiderio di materialità della musica trovi inedite

forme di espressione.

Non è infatti irrilevante che l'artefatto che più di tutti ha stimolato ed è stato identificato con la rivoluzione della musica digitale, l'iPod della Apple, costituisca uno degli oggetti di design più raffinati che si possano trovare negli zaini e nelle borsette delle nuove generazioni di ascoltatori. La perdita di materialità dei supporti sonori, diventati flusso di dati informatici, produce, quasi come compensazione, una nuova valorizzazione della materialità, che si concentra però nei nuovi strumenti che servono per ascoltare la musica: quasi una forma di *feticismo ipertecnologico* ossessionato dal design delle interfacce.

Il microcosmo del walkman

Cosa avrebbe detto Theodore Adorno, il filosofo che più di tutti si è occupato di musica, della rivoluzione digitale? Certamente che il processo di *pseudo-individualizzazione* (ovvero l'illusione che la musica rappresenti un'espressione individuale, mentre essa è solo una scelta imposta da parte dell'industria discografica), che egli descriveva negli anni Quaranta in relazione alla *popular music*, avrebbe raggiunto nell'epoca del *file sharing* il proprio definitivo apice, permettendo ad ognuno di essere apparentemente libero di *scaricare* la musica che più gli piace, ma costringendolo a diventare dipendente, se non addirittura schiavo di software, computer, connessioni internet e telefonini.

Tuttavia, l'uso delle tecnologie da parte delle persone non dipende solo dalle caratteristiche che le tecnologie impongono ai propri utenti, in una sorta di incubo alla Matrix, ma anche da come essi riescono ad articolare le proprie pratiche quotidiane attraverso nuove forme tecnologiche, in base alle nuove possibilità e vincoli da esse offerti. Adattiamo la tecnologia alle nostre vite almeno tanto quanto adattiamo le nostre vite alle nuove tecnologie: un'idea con cui la sociologia offre un quadro più complesso e sfumato rispetto a certe demonizzazioni filosofiche della tecnica.

Prendiamo il caso del walkman, il cui utilizzo nei contesti urbani è stato studiato dal sociologo Michael Bull. Egli ha osservato che gli individui usano la musica del *walkman*, potremmo oggi dire

dell'iPod, per dare senso alla propria esperienza del mondo urbano, costruendo un ambiente sonoro che in parte si sovrappone ed in parte trasfigura l'ambiente visivo e spaziale delle strade, ritmando il camminare e più in generale i tempi della vita metropolitana. Più in particolare, Bull mette in rilievo l'ambivalenza del *walkman*, da un lato strumento per gestire attivamente la propria esperienza quotidiana e, dall'altro, espediente per evadere – racchiusi tra i propri auricolari – dalle relazioni sociali dirette che possono crearsi passeggiando per la città.

Le profezie della musica

Le trasformazioni delle tecnologie musicali degli ultimi anni costituiscono l'evoluzione, seppur in parte contraddittoria, di un lungo processo di *privatizzazione* e *individualizzazione* dell'esperienza musicale. Tutto ciò diventa palese se pensiamo a come la musica diventò incredibilmente significativa nelle vite delle persone all'inizio del Novecento, quando si trasformò da suono prodotto unicamente dal vivo in un oggetto trasportabile nelle case delle persone, così da essere gestito autonomamente nella sfera privata. Non vi è dubbio che la registrazione su disco rappresentasse, rispetto al concerto, un impoverimento sonoro, ma è altrettanto evidente come queste (allora) nuove tecnologie assecondassero un più generale processo di *privatizzazione* della vita quotidiana e dei rapporti personali. L'ascolto, da cerimonia collettiva nel concerto, diventa rituale domestico e privato.

Questo processo diviene ancora più palese nel corso degli anni Ottanta, con la diffusione del walkman: adesso è possibile ascoltare la musica in modo assolutamente slegato da tempi e occasioni sociali. Insomma, i modi in cui si ascolta la musica diventano sempre più incentrati su scelte e desideri individuali. Dunque, camminare per strada isolati dal mondo con i propri auricolari, oppure acquisire la musica attraverso un programma informatico che slega l'individuo da relazioni personali dirette o da uno specifico luogo, costituiscono pratiche comprensibili all'interno di trasformazioni sociali e culturali più ampie e complesse.

Le nuove tecnologie musicali si diffondono insieme a nuove forme di relazione tra le persone, incentrate su una più netta *centralità dell'individuo*. Scriveva lo storico ed economista Jacques Attali che le forme di gestire socialmente la musica devono essere considerate soprattutto come *profezie* che ci parlano del futuro della società, poiché "da sempre la musica ha contenuto nei propri principi l'annuncio di tempi futuri". Tutto ciò riecheggia oggi in modo particolarmente suggestivo: basti pensare al fatto che il *file sharing* – diffusosi in un primo momento *esclusivamente* per scambiare musica – stia oggi radicalmente trasformando la logica della distribuzione della cultura contemporanea. Ma, soprattutto, la riflessione che si impone agli studiosi culturali e sociali è quella di cercare di leggere, nella diffusione delle pratiche legate alle nuove tecnologie musicali, le future evoluzioni di un mondo nel quale l'esperienza sociale e culturale degli individui sarà sempre più caratterizzata da una *individualizzazione mobile*, ovvero da una sempre più accentuata tendenza a gestire l'esperienza sonora a livello individuale, attraverso tecnologie incentrate sul potenziamento della mobilità fisica e culturale delle persone. ■

A P P R O F O N D I R E

- T.W. Adorno, *Sulla Popular music*, Armando, Roma, 2004.
- J. Attali, *Rumori: saggio sull'economia politica della musica*, Mazzotta, Milano, 1977.
- P. Bourdieu, *La Distinzione. Critica Sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1982.
- E. Eisemberg, *L'angelo con il Fonografo, Musica, dischi e cultura da Aristotele a Zappa*, Instar Libri, Torino, 1997.
- L. Lessing, *Cultura libera, Un equilibrio tra anarchia e controllo contro l'estremismo della proprietà intellettuale*, Apogeo, Milano, 2006.
- P. Magaudda, *Mp3, Vinili e HiFi. Tecnologie, pratiche e utenti della cultura sonora*, in *Studi Culturali*, 2006.