

FONDAZIONE GIORGIO CINI · VENEZIA · ISTITUTO PER LA MUSICA

Acoustical Arts and Artifacts

AAA · TAC

Technology, Aesthetics, Communication

AN INTERNATIONAL JOURNAL

5 · 2008

ESTRATTO



PISA · ROMA

FABRIZIO SERRA · EDITORE

MMVIII

Direttore / *Editor*

GIOVANNI MORELLI

Fondazione Giorgio Cini, Venezia

Università Ca' Foscari, Venezia

Comitato scientifico / *Scientific Board*

MAURIZIO AGAMENNONE · Università di Firenze

NICOLAS COLLINS · Art Institute of Chicago, Sound Department

PASCAL DECROUPET · Université de Liège

SIRO FERRONE · Università di Firenze

PASQUALE GAGLIARDI · Fondazione Giorgio Cini, Venezia

CARLO PICCARDI · «Ricerche musicali nella Svizzera Italiana», Bellinzona

Coordinamento editoriale / *Associate Editor*

VENIERO RIZZARDI · Università Ca' Foscari, Venezia

Per la migliore riuscita delle pubblicazioni, si invitano gli autori ad attenersi, nel predisporre i materiali da consegnare alla redazione ed alla casa editrice, alle norme specificate nel volume

FABRIZIO SERRA, *Regole editoriali, tipografiche & redazionali*, Pisa-Roma, Istituti editoriali e poligrafici internazionali, 2004 (ordini a: iepi@iepi.it).

Il capitolo *Norme redazionali*, estratto dalle *Regole*, cit., è consultabile *Online* alla pagina «Pubblicare con noi» di www.libraweb.net.

«LA MIGLIOR POLTRONA A CASA PROPRIA». PER UNA STORIA DELLE TECNOLOGIE MUSICALI HiFi

PAOLO MAGAUDDA

1. INTRODUZIONE

L'ALTA FEDELITÀ O HiFi è un settore specializzato nella produzione, nella circolazione e nell'ascolto di musica caratterizzato dall'uso di dispositivi e supporti musicali di qualità superiore rispetto ai dispositivi di diffusione generica. L'alta fedeltà rappresenta, dunque, un particolare ambito musicale, incentrato sull'uso di tecnologie musicali domestiche e la cui traiettoria storica è segnata da differenti fasi e momenti. Un primo periodo, compreso tra gli anni trenta e gli anni cinquanta, costituisce la fase in cui presero forma una serie di innovazioni tecniche che miravano a migliorare la qualità di ascolto dei grammofoni e si assisté, inoltre, allo strutturarsi di uno specifico settore che viene appunto definito come 'alta fedeltà'. Successivamente, tra gli anni cinquanta e gli anni settanta l'alta fedeltà si struttura come un settore tecnologico di massa, all'interno del quale gli sforzi sono mirati soprattutto ad abbattere i costi produttivi e, dunque, ad allargare il bacino dei propri utilizzatori e degli appassionati. Infatti, è proprio in questi anni che l'alta fedeltà diventa un fenomeno sociale ampiamente diffuso non solo nelle case delle classi sociali più elevate, ma anche in quelle delle classi medie. Dagli anni ottanta in poi, invece, il settore dell'alta fedeltà si distingue ulteriormente dal mercato delle tecnologie di ascolto di consumo: in particolare, si specializzano i produttori di apparecchiature, i canali di distribuzione e le tipologie di appassionati. In questo periodo, anche i termini utilizzati per definire questo settore si trasformano, e vengono così adottate definizioni più specifiche come quelle di 'HiFi esotérico' e di 'Hi-End'.

In questo contributo¹ viene ricostruita più dettagliatamente questa evoluzione, mettendo in rilievo, in particolare, come l'evolversi delle tecnologie dell'alta fedeltà e della loro diffusione non sia stato solo il risultato dell'avvicinarsi di innovazioni tecniche, ma come invece, la cultura e le tecnologie HiFi si siano evolute – e siano oggi in crisi – in stretta relazione con l'evoluzione di gusti estetici, di settori industriali e di mercato, di più ampi processi sociali e di particolari cornici culturali, come appunto è l'illusione di poter imitare nei propri contesti domestici l'effetto musicale della «miglior poltrona» di una sala da concerto o di un teatro.

2. LA MUSICA NELL'ERA DELL'ALTA FEDELITÀ

Come altri settori tecnologici specialistici, il mondo dell'HiFi può essere considerato oggi come una particolare «sottocultura» in cui sono coinvolti gli appassionati di impianti di alta fedeltà: gli «audiofili» (MAGAUDDA 2008). Gli audiofili, benché non possano essere definiti come una comunità omogenea e circoscritta, condividono una serie di particolari conoscenze, competenze e pratiche di uso delle tecnologie. I produttori di impianti HiFi sono in genere imprese medio-piccole che lavorano quasi esclusivamente in questo speci-

¹ I materiali alla base del presente contributo sono costituiti da fonti primarie come riviste, manuali e biografie di inventori; su fonti secondarie costituite da testi prevalentemente storici riguardanti la storia delle tecnologie musicali; e da materiali originali costituiti da alcune interviste svolte tra il 2005 e il 2006 con negozianti e giornalisti di HiFi e da osservazioni etnografiche svolte in fiere e negozi HiFi.

fico ambito. Anche i canali distributivi sono per lo più altamente specializzati e i negozi di impianti HiFi sono, in genere, piccoli e dotati di particolari sale di ascolto curate dal punto di vista acustico. Le conoscenze e le competenze della cultura dell'HiFi circolano quasi unicamente attraverso canali di informazione particolari, come le riviste specializzate, le guide per appassionati o i *forum* Internet, e anche in Italia sono disponibili per gli appassionati diverse riviste dedicate esclusivamente a questo tipo di tecnologie come «Audio Review» o «Suono».

L'elemento principale che contraddistingue i dispositivi tecnologici che rientrano nel settore dell'alta fedeltà riguarda la loro capacità di riprodurre la musica con una qualità superiore rispetto ai dispositivi comuni più diffusi. La definizione della 'qualità' di un impianto HiFi rappresenta l'aspetto centrale attorno al quale gli appassionati costruiscono non solo la propria esperienza di ascoltatore, ma anche l'universo di significati e di pratiche specifiche elaborate nell'uso delle tecnologie e nell'ascolto della musica. Questa «qualità» sonora, tuttavia, costituisce un parametro la cui definizione coinvolge sia fattori oggettivi, relativi alle prestazioni sonore degli impianti, sia interpretazioni soggettive e a volte particolarmente curiose elaborate da parte dei propri utenti (cfr. PERLMAN 2004, MAGAUDDA 2006b). Le interpretazioni soggettive elaborate attorno a queste tecnologie rappresentano, infatti, il risultato della acquisizione da parte degli appassionati di una serie di conoscenze eterogenee che includono nozioni tecniche, gusti estetici, competenze di utilizzo e forme di appropriazione di oggetti materiali.

Come vedremo, un ulteriore aspetto che caratterizza la sottocultura dell'HiFi riguarda il processo di differenziazione delle tecnologie dell'alta fedeltà da quelle appartenenti alla fascia di prodotti definiti 'di consumo'. La tendenza a generare forme di distinzione tra le apparecchiature HiFi e quelle di consumo – come gli impianti *home theatre*, gli stereo economici e i lettori digitali – costituisce uno degli elementi che hanno caratterizzato l'evoluzione storica del settore dell'alta fedeltà. Per comprendere questo e altri aspetti che hanno caratterizzato l'evolversi delle tecnologie HiFi è dunque utile ripercorrere alcune delle fasi e degli aspetti più rilevanti che hanno contribuito alla evoluzione delle tecnologie per ascoltare la musica a partire dalla prima diffusione dei grammofoni agli inizi del Novecento.

3. LA NASCITA DELLA RIPRODUZIONE MUSICALE DOMESTICA

L'evoluzione della riproduzione musicale domestica costituisce un processo complesso che prende avvio con la diffusione dei primi fonografi e grammofoni agli inizi del Novecento. Questo processo si sviluppa come un'interazione tra le nuove innovazioni tecniche, la definizione di particolari pratiche di ascolto e la strutturazione di uno specifico mercato di consumo tanto tecnologico quanto culturale. Nella storia del «suono riprodotto», la diffusione dei primi fonografi alla fine dell'Ottocento aveva rappresentato un'innovazione tecnica fondamentale che ha preso forma nel contesto di più ampi processi sociali e culturali. Come sostiene Jonathan Sterne, «aspetti funzionali, estetici, sociali, e filosofici sono legati insieme fin dall'inizio della riproduzione sonora. [...] Le persone dovevano imparare a comprendere la relazione tra i suoni fatti dalle persone e i suoni fatti dalle macchine. Nel corso del tempo, certe idee basate sul fare pratico si sono sedimentate attorno al processo di riproduzione sonora e alla conseguente relazione tra l'originale e la copia» (STERNE 2003, p. 216). Per comprendere quanto il suono riprodotto dovesse apparire estraneo e *fantasmagorico* per le orecchie degli ascoltatori di inizio secolo può essere utile soffermarsi su come le nuove tecnologie di riproduzione sonora furono presentate e accolte dal pubblico di inizio secolo. La Edison Company, per esempio, effettuò tra il 1915 e il 1920 degli eventi dimostrativi del fonografo, conosciuti come «tone tests», nel corso dei quali si faceva ascoltare al pubblico una *performance* al pianoforte e la sua registrazione: molti ascoltatori non erano in grado di distinguere la musica dal vivo dalla sua riproduzione effettuata grazie alle nuove macchine

(*ibidem*). Altre ricostruzioni storiche relative alla «normalizzazione» (SHOVE, SOUTHERTON, 2000) di queste allora nuove tecnologie hanno mostrato come tra i primi ascoltatori di inizio secolo, esse costituissero un qualcosa di strano e di alieno (THOMPSON 1995, GITLEMAN 2003). L'evoluzione delle pratiche, delle idee e delle passioni che hanno permesso la diffusione delle tecnologie musicali non hanno, dunque, costituito un processo automatico e lineare. Invece, l'appropriazione materiale e culturale delle nuove tecnologie di riproduzione sonora ha rappresentato un processo complesso, all'interno del quale hanno interagito differenti elementi, legati a questioni tecniche, a trasformazioni sociali e ad evoluzioni estetiche e artistiche. Si pensi a tal riguardo alla distinzione culturale tra il suono «originale» e il suono «riprodotto» da una macchina e alle conseguenze che l'affermarsi di tale distinzione ebbe sull'evoluzione delle estetiche musicali e artistiche (BENJAMIN 1935). Infatti, come ha sostenuto ancora Sterne, «senza le tecnologie di riproduzione la *copia* non esisterebbe, ma non esisterebbe neanche l'*originale*» (STERNE 2003, p. 219). Il concetto di 'fedeltà sonora' – l'idea, dunque, che una macchina riproduca fedelmente un suono originale – costituisce appunto uno degli assunti fondamentali della cultura dell'alta fedeltà.

Fin dai primi anni del secolo passato il rapporto tra tecnologie, ascoltatori e contesto sociale si è articolato attraverso specifiche forme di mediazione sociale, come per esempio le associazioni di appassionati, i bollettini informativi e altre forme di interazione tra utenti. Già a partire dagli anni dieci del Novecento, abbiamo testimonianze di come tra la comunità dei 'grammofili', ovvero gli appassionati dei primi grammofoni, le pratiche di ascolto furono elaborate a partire da due particolari aspetti tra loro collegati: la qualità del suono e le specifiche concezioni relative a come interpretare questa qualità sonora in relazione alle tecnologie musicali disponibili. «Era in connessione con la configurazione materiale del grammofono, il quale rendeva il suono il principale parametro sul quale l'amatore poteva influire, rivestire un ruolo attivo e manifestare il suo gusto, che le questioni acustiche furono privilegiate nei discorsi e ne diventavano, contemporaneamente, un parametro centrale nell'esperienza dell'ascolto» (MAISONNEUVE 2000, p. 447). La qualità del suono e la fedeltà di riproduzione erano dunque, già allora, questioni centrali attorno alle quali si elaborarono le pratiche, le idee e i desideri dei primi appassionati della riproduzione musicale domestica.

La più generale diffusione del grammofono prese forma, d'altronde, in stretta relazione con più ampie trasformazioni sociali che caratterizzarono la prima metà del Novecento. Lo storico dei media Patrice Flichy ha per esempio sostenuto che la diffusione del grammofono abbia accompagnato il processo di costruzione dell'abitazione quale «sfera privata» della famiglia, contrapposta allo spazio pubblico e condiviso (FLICHY 1991, p. 112). La diffusione del grammofono, infatti, ha rappresentato uno degli elementi che hanno contribuito ad un più vasto processo di ridefinizione dello spazio domestico come luogo deputato a pratiche culturali in precedenza associate ai luoghi pubblici, come nel caso dell'ascolto musicale. La diffusione del grammofono, quindi, corrisponde anche alla definizione di una distinzione, nell'esperienza sociale, tra l'attività pubblica e la sfera familiare, tra l'attiva partecipazione alla vita produttiva capitalistica e la dimensione privata dell'esperienza che si svolge all'interno delle abitazioni.

L'attenzione alla qualità del suono e agli aspetti tecnici della riproduzione costituisce un elemento che caratterizza l'evoluzione delle tecnologie sonore durante tutta la prima metà del secolo xx. Le prime macchine che riproducevano il suono presentavano infatti alcuni problemi tecnici rilevanti in relazione alle comodità e alla qualità di ascolto. In primo luogo, le apparecchiature di riproduzione mancavano di un'amplificazione elettrica autonoma, che venne introdotta solo a partire dagli anni trenta (MILLARD 1995, p. 189). I grammofoni, infatti, funzionavano grazie all'energia prodotta da una manovella e gestita attraverso una molla, mentre l'amplificazione era di tipo acustico, un aspetto che si traduceva concretamente in un basso volume e nella carenza di alcune frequenze sonore. In secondo luogo, la qualità sonora di queste macchine diventava, nella percezione degli ascoltatori, sempre più

scadente nel momento in cui, sempre a partire dagli anni trenta, si diffusero le trasmissioni radiofoniche che offrivano una qualità migliore.

L'utilizzo dei primi supporti musicali presentava, infatti, alcuni evidenti inconvenienti. Uno di questi difetti riguardava la durata delle registrazioni, che era limitata a pochi minuti; un ulteriore inconveniente era invece legato alla longevità nel tempo delle registrazioni, che si consumavano in un arco di tempo limitato (la puntina era costituita allora un semplice chiodo). Per comprendere in modo più diretto questo tipo di problemi è interessante soffermarsi su un passaggio delle memorie di Peter Goldmark, l'ingegnere americano che inventò il disco a 33 giri negli anni quaranta. Ecco come egli descrive una situazione di ascolto dalla quale emerge uno degli svantaggi che caratterizzavano il funzionamento dei primi fonografi:

Nel mezzo dell'ascolto del primo movimento della registrazione accadde una cosa terribile. Ci fu un «click», silenzio e uno strano rumore, e poi il movimento proseguì. Questo successe un'altra volta e un'altra volta ancora. Ho contato dodici lati per i quattro movimenti e undici interruzioni, delle quali otto non erano state pensate da Brahms. Così per otto volte durante l'interpretazione ero stato successivamente affascinato e urtato, come se quando il telefono suona ad intervalli quando stai facendo l'amore. Stringendo i denti, chiesi ai miei amici di suonare un'altra volta il concerto solo per rivivere questo orrore.

(GOLDMARK 1973, p. 127)

La traiettoria dello sviluppo tecnico dell'alta fedeltà mostra come le pratiche sociali di ascolto si siano sviluppate nell'interazione tra una serie di innovazioni tecniche e un particolare contesto sociale e culturale dell'ascolto. Possiamo dunque pensare alle pratiche di ascolto come una complessa relazione di differenti elementi, a partire da quello che è stato definito l'«effetto fonografico» (KATZ 2004), ovvero quell'insieme di implicazioni tecniche, sociali e culturali introdotte dalla distanza che la musica riprodotta assumeva rispetto al concerto dal vivo, in parte imitandone le condizioni di esistenza, in parte differenziandosene, costruendo artificialmente un nuovo codice estetico e un nuovo universo culturale dell'ascolto.

4. L'EVOLUZIONE DEL MERCATO HiFi SULLE NOTE DELLA MUSICA CLASSICA

L'alta fedeltà come settore tecnologico specifico non nasce come unica conseguenza delle innovazioni tecniche sviluppatesi nel campo della riproduzione sonora. Infatti, le specifiche invenzioni riguardanti la qualità del suono precedono la vera e propria nascita dello specifico settore dell'«alta fedeltà». Come sempre accade, le innovazioni tecniche nel campo della riproduzione sonora hanno proceduto per piccoli passi, e dunque, prima il fonografo e in seguito il giradischi si sviluppano costantemente fin dai primi anni della loro introduzione sul mercato. In particolare, tra gli anni trenta e gli anni quaranta vengono introdotte una serie di trasformazioni a questi dispositivi finalizzate a migliorare il suono (MILLARD 1995, pp. 189-199). Uno degli esempi più interessanti (e più rilevanti per il ruolo dell'Italia nella storia delle tecnologie musicali) riguarda il lavoro di un appassionato italiano trasferitosi negli Stati Uniti, il colonnello Gianni Bettini. Bettini, infatti, introdusse nei primi decenni del secolo alcune importanti innovazioni nella tecnologia del grammofoño, producendo su ordinazione dei grammofoño appositamente modificati e destinati ad un mercato di *élite* e diventando così il primo modificatore di grammofoño su scala commerciale (GELATT 1955, pp. 73-80; READ, WELCH 1959, pp. 69-78).

Ma le tecnologie, come dicevamo, non coinvolgono solo questioni tecniche, ma rappresentano il prodotto dell'interazione di fattori tecnici, contesti sociali, gusti estetici e aspetti economici e di mercato. La nascita dell'alta fedeltà dovrà infatti attendere fino al momento in cui prende forma un vero e proprio settore specifico. Le condizioni necessarie per la nascita dell'alta fedeltà riguardavano infatti la «costruzione» di un «gruppo sociale pertinente» di utilizzatori (BIJKER, PINCH 1984). Così il settore dell'alta fedeltà si sviluppò a partire dall'interesse specifico nei confronti di queste tecnologie da parte dei primi utenti che furono prevalentemente appassionati di musica classica. L'etnomusicologo Colin Symes

ha ricostruito il contesto in cui si sono strutturati i valori musicali e le pratiche di ascolto attorno alla diffusione dei primi impianti musicali per ascoltare musica classica. Le pratiche dei primi appassionati facevano perno sulla metafora della 'miglior poltrona a casa propria', ovvero sull'idea secondo la quale l'ascolto di musica nelle case dovesse riprodurre le condizioni acustiche d'ascolto del miglior posto disponibile nei teatri dove si suonava musica dal vivo (SYMES 2004, p. 62). Uno dei più noti tecnici del suono degli anni cinquanta e sessanta, Walter Legge, sosteneva ad es. che il lavoro della registrazione di musica classica dovesse aspirare a ricreare negli ascoltatori la sensazione di essere seduti nella miglior poltrona di una sala da concerto acusticamente perfetta (ivi, p. 73). Le prime innovazioni introdotte nei dispositivi musicali negli anni trenta riguardavano prevalentemente i problemi sollevati dalle riproduzioni di musica classica. Un particolare esempio è costituito dall'introduzione di un particolare congegno che permetteva di cambiare automaticamente i dischi, così da poter ascoltare comodamente un'opera lirica senza la complicazione rappresentata dal dover sostituire continuamente i differenti supporti che la contenevano (NICOLAO 1958, p. 4).

Il legame tra gli appassionati di musica classica e le innovazioni tecniche in campo musicale è confermato anche da altri esempi. Nel 1948, quando fu commercializzato il *Long Playing*, un sondaggio riportato dallo storico Millard (1995, p. 208) suggerisce che buona parte dei primi acquirenti del nuovo LP furono ascoltatori di musica classica che possedevano ampie collezioni di dischi. L'ottimo riscontro commerciale tra gli appassionati di musica classica nei confronti del nuovo supporto rese chiaro all'industria musicale che supporti e registrazioni sonore caratterizzate da una maggiore qualità presentavano notevoli potenzialità commerciali. Come ha sostenuto lo storico Morton, «questi consumatori usavano la cultura alta come punto di riferimento, assicurando la continua associazione tra tecnologie dell'alta fedeltà con la musica colta» (MORTON 2000, p. 33). La musica classica, l'opera e altre forme di intrattenimento proprie della cultura 'alta' costituirono, dunque, il principale riferimento estetico e musicale per lo sviluppo del nuovo mercato dell'alta fedeltà e solo successivamente il nuovo supporto del LP si diffuse per l'ascolto di altri generi musicali. Come nota ancora Morton, «il concetto di alta fedeltà come strumento di vendita per le apparecchiature *consumer* era destinato a persistere e ad espandersi, e ad essere trasferito fuori dal contesto della musica colta quando il mercato della musica *popular* si riaccese» (*ibidem*). Dunque, il settore commerciale e di mercato dell'alta fedeltà si affermò negli Stati Uniti tra la fine degli anni quaranta e i primi anni cinquanta. La nascita di questo settore coincide, dunque, anche con la creazione di un settore commerciale specifico strutturato anche attraverso un'attività di *marketing* rivolta prevalentemente nei confronti di uomini benestanti e relativamente acculturati. Questo quadro di riferimento culturale ed estetico ha rappresentato un elemento chiave nello sviluppo delle tecnologie e delle pratiche dell'ascolto musicale domestico.

Uno degli aspetti che caratterizzarono la diffusione di queste nuove tecnologie per ascoltare la musica fu il fiorire di una variegata industria di accessori per i dispositivi di riproduzione domestica. È facile intuire e condividere le osservazioni di un altro osservatore della storia della riproduzione sonora: «più un suono è incasellato in una registrazione, più c'è bisogno di un numero sempre più elevato di apparecchiature elettroniche necessarie per tirarlo fuori» (COLEMAN 2003, p. 69). È infatti in quegli anni che il lento processo di innovazione delle tecnologie musicali assunse una propria definizione specifica, quella «alta fedeltà» e tale processo si accompagnò con la creazione di un settore commerciale autonomo e specifico: «[la definizione di] *High fidelity* costituì un potente e duraturo concetto di *marketing*» (MORTON 2000, p. 33). La creazione delle tecnologie dell'alta fedeltà fu, dunque, anche e soprattutto, la costruzione sociale di un mercato specifico di consumo per la fiorente società americana del dopoguerra.

In questo periodo, inoltre, la produzione degli oggetti e delle apparecchiature musicali destinate ad un pubblico specifico presenta due ulteriori aspetti interessanti. Una prima

questione riguarda la relazione tra l'ampliamento del pubblico di riferimento per queste tecnologie e l'evoluzione delle tecniche di registrazione sonora in studio. Infatti, in questo periodo, parallelamente al fiorire un'industria specializzata in componenti HiFi, si sviluppano le tecnologie e le competenze per effettuare e produrre registrazioni musicali di alta qualità. Tutte le compagnie discografiche più importanti lanciano una linea di prodotti di «alta qualità sonora». La Decca, ad es., immise sul mercato la collana «FFRR» («Full Frequency Range Recording»), la RCA la linea New Orthophonic High Fidelity, e la Columbia la collana 360 Sound (cfr. CHANAN 1995, p. 129). L'offerta di registrazioni di alta qualità, favorita anche dall'introduzione in fase di registrazione del nastro magnetico, rappresentò un impulso fondamentale per la diffusione di impianti di riproduzione di qualità migliore.

Dunque già alla fine degli anni cinquanta negli Stati Uniti l'alta fedeltà si era affermata come settore specializzato delle tecnologie musicali domestiche. Tale affermazione è confermata anche dalla diffusione nella società americana delle prime rappresentazioni culturali della figura dell'audiofilo; lo stereotipo dell'audiofilo inizia a coincidere, in quegli anni, con la figura di una persona ossessionata dalle qualità tecniche dei propri sistemi di riproduzione (KEIGHTLEY 1996). L'*hobby* incentrato sulle apparecchiature di riproduzione sonora prende repentinamente piede negli Stati Uniti nella prima metà degli anni cinquanta, e in tale periodo è stimato che fossero disponibili sul mercato più di 250.000 differenti componenti destinati alla passione per l'HiFi (TANG 2004). È stato inoltre osservato che molti dei primi assemblatori di apparecchiature di alta fedeltà fossero ex soldati che avevano imparato ad usare componenti elettrici nell'esercito americano durante il periodo bellico. Del resto, il ruolo della guerra nella storia dell'HiFi coinvolge anche i finanziamenti ottenuti dalle prime industrie che producevano i componenti HiFi, che nacquero anche grazie ai fondi per la conversione industriale concessi dallo Stato americano (MILLARD 1995, p. 209).¹ La nascita del settore dell'alta fedeltà fu dunque il prodotto di una serie di elementi che riguardarono i processi di innovazione tecnologica, le forme di distinzione culturale, le competenze tecniche diffuse durante la guerra e le pratiche culturali strutturate nel campo della musica colta.

5. APPASSIONATI E HOBBISTI DELL'HiFi

I primi utenti dell'alta fedeltà rivestirono un ruolo importante nello sviluppo di queste tecnologie. Fino agli anni quaranta, come abbiamo accennato, non esistevano né un settore specifico e neppure componenti espressamente dedicati all'alta fedeltà, né, tanto meno, un gruppo specifico di utenti. In questa situazione furono i primi appassionati di musica ed esperti di elettrotecnica, che – appoggiandosi a un sistema di produzione non legato inizialmente ad un settore produttivo dedicato ai consumatori finali – assemblarono quelli che diventeranno i primi impianti di alta fedeltà.

L'alta fedeltà nasce come una ricerca di una migliore qualità sonora, e si sviluppa in una prima fase tra gli appassionati di radiofonia. Infatti, l'*hobby* della radio si era diffuso, infatti, nel corso degli anni trenta soprattutto attraverso i *kits* di autocostruzione, che richiedevano una particolare capacità e un coinvolgimento da parte degli appassionati. Lo studioso dei media Shaun Moores (1993), autore di una ricerca sullo sviluppo sociale della radiofonia negli anni trenta, descrive come i primissimi ascoltatori della radiofonia fossero, proprio per questa ragione, prevalentemente giovani uomini coinvolti in passioni tecniche. Gli appassionati di radiofonia mostravano un'attenzione maggiore nei confronti del mezzo tecnico di ricezione piuttosto che nei confronti dei contenuti della programmazione radiofonica. Ugualmente, i primi appassionati di alta fedeltà condividevano sia la passione per la musica

¹ Più in generale, la storia delle tecnologie musicali è strettamente legata agli sviluppi tonici direttamente o indirettamente prodotti dall'industria bellica della seconda guerra mondiale. Per citare il caso più noto, basti ricordare che lo sviluppo del nastro magnetico di registrazione fu il prodotto dell'industria militare tedesca, e in particolare dall'azienda AEG, e fu adottato dagli Americani dopo che essi se ne appropriarono durante l'occupazione in Europa (DAY 2000, p. 20).

sia il coinvolgimento in una pratica hobbistica legata all'autocostruzione e al *bricolage*. Infatti, i primi audiofili non avevano a disposizione negozi specializzati, ma «dovevano comprare dai negozi per radioamatori, oppure in negozi per la comunità audio professionale» (TANG 2004).

Nel corso degli anni cinquanta l'HiFi inizia a diventare un prodotto tecnologico di più ampia diffusione. L'ampliamento del bacino di appassionati, infatti, creò le condizioni per un aumento della domanda di componenti audio di alta qualità prodotti da piccole industrie specializzate. Così, le vendite di prodotti di alta fedeltà raggiunsero un picco nei primi anni Cinquanta, soprattutto nei contesti metropolitani come New York e Chicago, suggerendo come anche il consumo di tecnologie – ugualmente a quello di prodotti culturali – dipende in parte da contesti urbani e da pubblici locali (CRANE 1992). Proprio in queste grandi città, infatti, a partire dal 1949 si iniziarono a organizzare le prime mostre mercato, come la prima edizione di Audio Fair, che si svolse nel ottobre del 1949 a New York, e che coinvolse soprattutto professionisti e lettori della rivista «Journal of the Audio Engineering Society» (Audio Engineering Society, 1949) Insieme alle fiere, si svilupparono inoltre anche club locali e gruppi di appassionati che costituivano un riferimento per ottenere assistenza, informazioni e scambi di idee. Nel corso degli anni cinquanta, quindi, la definizione di 'alta fedeltà' comincia ad essere usata esplicitamente da parte dei produttori di impianti come uno strumento di *marketing* utile ad identificare i prodotti destinati ad un mercato specializzato. La standardizzazione delle tecniche e delle caratteristiche dell'alta fedeltà coinvolge dunque la strutturazione di un ambito specialistico costituito non solo da negozi specializzati e da fiere, ma anche da riviste dedicate esclusivamente a questa passione. Infatti, i principali strumenti attraverso i quali si sviluppa e si struttura un insieme di conoscenze sono le riviste specializzate dedicate all'alta fedeltà. La prima di queste riviste fu «Audio Engineering», nata nel 1947, mentre la rivista che divenne più influente tra il pubblico di appassionati fu «High Fidelity», che iniziò le pubblicazioni nel 1950 e in breve apparvero ulteriori riviste come «Audiocraft», «Music at Home» e «Stereo Review» (TANG 2004).

L'insieme di riviste, guide e fiere costituirono il contesto nel quale si formarono le aspettative e i riferimenti culturali ed estetici degli appassionati di HiFi. Harry Pearson, il fondatore e direttore per molti anni della rivista di alta fedeltà americana più stimata dagli appassionati «Absolute sound» così espone il manifesto della cultura audiofila: «Noi crediamo che il suono della musica, non amplificato, che avviene in uno spazio reale rappresenti un assoluto filosofico rispetto al quale noi dobbiamo giudicare le prestazioni delle apparecchiature create per riprodurre la musica».¹ Si tratta, di un idealismo falsificatorio, basato sull'idea che si potesse ricreare con fedeltà tra le mura domestiche la percezione di un evento sonoro dal vivo. Ricreare «il posto in prima fila» non è dunque un processo che riguarda unicamente le caratteristiche della riproduzione tecnica delle condizioni del concerto, ma rappresenta anche il lavoro di costruzione culturale di un'esperienza a partire da particolari oggetti, passioni e contesti di mercato. Pensiamo, ad es., ad una delle innovazioni fondamentali per l'evoluzione dell'alta fedeltà: la stereofonia musicale. Lo sviluppo della stereofonia rappresentò infatti lo sforzo di ricreare una dimensione aurale più prossima all'esperienza acustica del concerto, che prevedeva che l'orecchio umano percepisse la collocazione spaziale degli strumenti nell'orchestra (SYMES 2004, p. 84).

6. L'ALTA FEDELTA' ARRIVA IN ITALIA

In Italia, come negli Stati Uniti, la diffusione dell'alta fedeltà è legata allo sviluppo delle tecnologie, alle conoscenze e ai luoghi legati al mondo della radiofonia. Il primo editore italiano che inizia a fare circolare testi e pubblicazioni nell'ambito dell'alta fedeltà è infatti *Il Rostro* un editore tecnico specializzato in elettrotecnica attivo dal 1928. Proprio *Il Rostro*

¹ Si veda il sito WEB della rivista americana «The Absolute Sound» (<http://www.theabsolutesound.com>).

pubblica nel 1957 la prima rivista italiana del settore «Alta Fedeltà» e nel 1958 da alle stampe anche il primo manuale tecnico dell'alta fedeltà. L'autore del manuale definisce l'alta fedeltà come l'arte di *riprodurre e ricreare una copia esatta* della musica registrata:

Alta fedeltà è in pratica la possibilità di riprodurre i suoni in un determinato ambiente, con la stessa qualità di riproduzione, con la stessa dinamica e con lo stesso volume sonoro che essi avevano al momento dell'incisione. In altre parole un apparecchio HiFi dovrebbe essere in grado di ricreare l'ambiente, fornendo una copia esatta della musica trasmessa, registrata o incisa.

(NICOLAO 1958, p. 9)

In Italia l'allora recente settore dell'alta fedeltà si appoggia all'infrastruttura del settore degli *hobbies* tecnici non solo per quanto riguarda le conoscenze e la pubblicistica, ma anche per quanto riguarda i negozi e i laboratori di radiotecnica. Il proprietario di uno storico negozio di alta fedeltà di Bologna *Radio Sata* racconta, ad es., come la ragione sociale del proprio negozio di impianti HiFi risalga alla fine degli anni trenta, ovvero agli anni in cui il padre del negoziante aveva avviato un'attività di radioriparatore:

Lui [mio padre] era riparatore, il negozio era dei nostri cugini, per cui è stata sempre un'impresa a gestione familiare, anche se non eravamo alle dipendenze dei nostri cugini. Poi dopo siamo riusciti ad avere il nostro negozio. *Radio Sata* è nata nel '39, con le radio, ecco perché *Radio Sata*. Una volta tutte le aziende si chiamavano così. Una di Trieste si chiamava *Radio Resetti*, un'altra entità a Bologna si chiamava *Radio Lux* perché una volta l'unico modo per poter fruire di musica erano le radio.

(Intervista ad un negoziante specializzato di HiFi, Bologna, 12.5.2006)

A partire dalla seconda metà degli anni cinquanta anche per l'appassionato italiano erano dunque disponibili apparecchiature, manuali e una distribuzione commerciale. Tuttavia, il settore dell'alta fedeltà rimane in Italia un mercato subalterno rispetto agli Stati Uniti e all'Inghilterra, non solo per quanto riguarda i produttori di tecnologie, ma anche dal punto di vista terminologico. Se, ad es., ci soffermiamo sull'evoluzione dei termini tecnici del settore possiamo notare come il processo di standardizzazione delle definizioni tecniche abbia raggiunto una stabilità nel nostro paese solamente nella seconda metà degli anni settanta, con la definitiva affermazione di un'editoria specializzata, come mette in rilievo un noto costruttore di impianti HiFi italiano:

La terminologia italiana per tutti i componenti non si era ancora consolidata e si faceva spesso riferimento ai termini inglesi. In inglese un mobile contenente altoparlanti ed il cui compito è quello di emettere suoni veniva e viene tuttora chiamato «*loudspeaker system*», ovvero «sistema di altoparlanti». Gli altoparlanti sono, ovviamente quelli che gli inglesi chiamano normalmente «*loudspeaker units*» o più brevemente «*speakers*». Noi cominciavamo già a chiamare i «*loudspeaker systems*» «casse acustiche» o più brevemente *casse*, nome che oggi molti giovani usano per i singoli altoparlanti, ancora più spesso per quelli per auto. Allora, qualcuno insisteva a chiamare le «nostre» casse «casse armoniche», facendo un po' di confusione con quelle di taluni strumenti musicali e che hanno in verità un compito assai diverso da quelle che supportano gli altoparlanti

(Intervista a Renato Giussani, in PICCIONE 2001)

È dunque con lo strutturarsi negli anni settanta di una editoria specializzata autoctona che si afferma nel nostro Paese una terminologia tecnica più precisa e condivisa, seppur mutuata da quella anglosassone. In questo periodo anche in Italia si moltiplicano e ottengono un riscontro di pubblico diverse riviste incentrate sull'alta fedeltà. Nel 1972 inizia le pubblicazioni «Suono Stereo HiFi», che cambierà nome in «Suono» e che continua tutt'oggi le proprie pubblicazioni. Sempre nel 1972 iniziano le pubblicazioni di «Stereoplay», che diventerà la rivista di settore più diffusa, raggiungendo nel corso degli anni settanta le 100.000 copie di tiratura. Sempre negli stessi anni, un ulteriore elemento che segna il processo di istituzionalizzazione del settore dell'alta fedeltà in Italia è l'organizzazione della prima fiera dell'alta fedeltà in Italia, il SIM – Salone Internazionale della Musica –, organizzato per la prima volta nel 1971 a Milano. Nella seconda metà degli anni settanta, inoltre, iniziano a nascere ed ad affermarsi i primi produttori nazionali di tecnologie HiFi, che otterranno successo e rico-

noscimento anche all'estero, come la ditta *Chario* (fondata nel 1975) e la ditta *Sonus Faber* (fondata nel 1980), che rimangono tutt'oggi tra i più noti marchi internazionali.

Mentre, dunque, tra i primi professionisti del settore dell'alta fedeltà in Italia si possono ritrovare esperti del settore radiofonico, i primi acquirenti e consumatori sono stati invece individui appartenenti alle classi sociali più colte e benestanti, appassionati di musica classica. Infatti nell'Italia del boom economico degli anni sessanta l'impianto HiFi non raggiunge immediatamente lo *status* sociale che era riconosciuto alla lavatrice, all'utilitaria o alla televisione, ovvero a tecnologie che parteciparono direttamente alla costruzione di un benessere materiale della nascente classe media (GINSBORG 1989, pp. 325 e sgg.). Il periodo di maggiore diffusione dell'alta fedeltà fu dunque caratterizzato dalla sua adozione da parte di una ristretta élite colta e relativamente benestante, mentre solo nel corso degli anni settanta e ottanta l'impianto HiFi si popolarizzò, diventando uno degli oggetti tecnologici più alla moda, diffondendosi così nella maggior parte delle abitazioni private, similarmemente a come era accaduto nel decennio precedente per la televisione. La popolarizzazione dell'impianto HiFi nel corso degli anni settanta non riguardò solamente l'Italia ma caratterizzò anche gli stessi Stati Uniti, seppur con un decennio di anticipo. Come nota lo storico della musica Millard, «lo stereo domestico divenne una parte importante dello stile di vita degli anni sessanta, una macchina che ognuno voleva possedere nella propria casa come succedeva per la televisione» (MILLARD, 1995, p. 220).

Uno degli aspetti che accompagnano la popolarizzazione dell'impianto HiFi nelle case delle famiglie degli anni settanta riguardò anche direttamente una serie di trasformazioni tecniche e industriali che produssero, in primo luogo, un abbattimento dei costi dei componenti HiFi. In particolare, in quegli anni la diffusione di particolari innovazioni come i semiconduttori, i *transistors* e i circuiti integrati, e la loro conseguente adozione nella costruzione degli amplificatori, permise di abbandonare la costosa e delicata architettura basata sull'amplificazione a valvole, producendo conseguentemente una diminuzione dei costi delle apparecchiature. Questo insieme di trasformazioni costituirono una delle condizioni per una diffusione sempre più generale di tecnologie di ascolto domestico sempre più perforanti.

Del resto, gli impianti musicali hanno da sempre rivestito un ruolo importante nello spazio domestico e nella vita familiare. Già le forme dei primi grammofoni all'inizio del secolo erano pensate per adattarsi al contegno borghese dei salotti degli appassionati di musica colta, presentandosi, dunque, in lussuosi mobili in legno intarsiato. Non stupisce, allora, che alle trasformazioni tecniche e sociali degli anni settanta si accompagnarono anche cambiamenti nell'aspetto estetico degli impianti musicali. Infatti, parallelamente alla diffusione degli apparecchi di riproduzione e al loro ruolo nella vita familiare gli impianti stereo cambiano forma e aspetto fisico anche in conseguenza delle trasformazioni della vita familiare. Mentre, infatti, fino agli anni sessanta gli apparecchi di riproduzione musicale erano destinati ad essere posizionati in salotto, o al limite in soggiorno, a partire dal decennio successivo gli stereo divennero anche oggetti destinati ai giovani e, dunque, diventarono più piccoli, più colorati e in una certa misura più portatili. In particolare, almeno nelle fasce di mercato più basse, dagli impianti iniziò a sparire un uso abbandonare del legno; se i mobili in legno dei primi giradischi e amplificatori dovevano presentarsi in consonanza con le case della borghesia, successivamente gli impianti HiFi divennero più colorati e moderni e in parte si declinarono esteticamente in accordo con un immaginario tecnologico dell'epoca. Come nota ancora Millard (1995, p. 217), «invece di camuffarsi da pezzo di arredamento, i componenti dell'impianto mostravano apertamente la propria funzione attraverso una serie di quadranti e di pulsanti che ricordavano ai commentatori la cabina di un bombardiere B52» o – potremmo aggiungere – la plancia dei comandi del *Saturn v* che, sotto lo sguardo meravigliato di 600 milioni di spettatori televisivi, atterrò sulla Luna il 20 luglio 1969.

Nel corso degli anni settanta, inoltre, oltre al successo sociale delle apparecchiature HiFi, si affermò anche la standardizzazione tecnica delle prestazioni delle apparecchiature dell'alta fedeltà. Nel 1973 vengono infatti definiti i parametri metrici dell'alta fedeltà da parte del

Deutsches Institut für Normung (DIN), che stabilisce lo *standard* «Din 44.500». Si tratta della definizione delle prestazioni minime che un impianto deve possedere per potersi fregiare della definizione di «HiFi». Le frequenze che un'apparecchiatura deve riuscire a riprodurre per poter essere definita come «HiFi» devono infatti abbracciare lo spettro di udibilità degli esseri umani, ovvero devono essere in grado di riprodurre suoni compresi tra i 20 Hertz (i suoni bassi) e i 20.000 Hertz (i suoni alti; cfr. BELZ 1979, p. 7). In primo luogo, questa formalizzazione rappresenta un primo sintomo dell'aumento della complessità tecnica e produttiva delle apparecchiature di ascolto. Questo *standard* fu infatti elaborato a partire dall'esigenza di limitare l'uso della definizione di HiFi da parte di produttori che costruivano prodotti tecnicamente di basso livello. La standardizzazione delle norme tecniche dell'alta fedeltà rappresenta, quindi, uno dei primi tentativi di costruire dei confini tecnici e culturali del mondo dell'HiFi rispetto alle sempre più diffuse apparecchiature a basso costo. Tuttavia, con il passare degli anni produrre componenti HiFi, in grado di soddisfare le norme internazionali DIN, diventa sempre più economico. A partire dalla fine degli anni settanta, con la commercializzazione di impianti a prezzi più accessibili da parte di aziende giapponesi come Sony e Pioneer, giunge quindi a maturazione la fase della 'democratizzazione del HiFi'.

I prodotti di alta fedeltà realizzati dalle imprese giapponesi erano considerati di basso livello. In parte ciò è dovuto ai differenti processi produttivi delle ditte giapponesi, che riuscirono ad abbassare i prezzi, trasformando definitivamente la produzione di impianti HiFi da un'attività ancora in parte caratterizzata da un approccio semiartigianale ad una vera e propria produzione industriale di massa. In generale, comunque, la diffusione di prodotti più economici provenienti dal Giappone rappresentò concretamente un passo decisivo verso la definitiva affermazione dell'alta fedeltà. Questi produttori aiutarono il diffondersi dell'alta fedeltà, sia poiché presentarono sul mercato dei prodotti dal costo più contenuto, sia perché investirono massicciamente in campagne pubblicitarie destinate ad un pubblico generico, sia, infine, poiché importarono nel settore specializzato dell'alta fedeltà strategie produttive tipiche dei mercati della produzione di massa di elettronica di consumo.

7. L'ERA DIGITALE E IL COMPACT DISC

Tanto nel mondo dell'alta fedeltà quanto in quello della musica in generale, gli inizi degli anni ottanta sono indiscutibilmente legati all'invenzione e alla diffusione del compact disc, che fu commercializzato da Philips e Sony nel 1982. Il CD presentava due particolari aspetti di attrazione per l'ascoltatore. Il primo riguardava la comodità rappresentata dal poter cambiare brano senza sforzo, magari rimanendo seduti sul divano di casa propria con un telecomando ad infrarossi. Il secondo aspetto riguardava invece l'apparente avverarsi del sogno di molti appassionati: garantire eternamente la durata qualitativa della propria collezione musicale. Infatti, il principale argomento attraverso il quale il CD fu presentato al proprio pubblico riguardava il fatto che il CD garantisse una medesima qualità di ascolto «per sempre» (SYMES 1997). Tutto ciò rappresentò soprattutto nei primi anni della diffusione del CD una particolare attrattiva per gli appassionati di alta fedeltà che, aspetto non indifferente per il primo periodo di diffusione di questa nuova tecnologia, erano pronti ad investire risorse e sforzi per ampliare il proprio impianto musicale senza badare agli alti costi con cui i lettori di CD vennero almeno nel primo periodo commercializzati.

Non è un caso dunque che il nuovo formato del CD in un primo tempo fu promosso dalle grandi industrie multinazionali nel ristretto ambito dell'alta fedeltà e solo successivamente tra più generiche fasce di ascoltatori. Il primo periodo di vita del CD si iscrive dunque in due aspetti tradizionalmente associati alla cultura dell'alta fedeltà: il ruolo della nuova tecnologia e il gusto per la musica 'colta'. Come osserva il sociologo della musica Simon Frith, «tutte le innovazioni dell'HiFi (compreso il compact disc) sono state commercializzate inizialmente con la convinzione che i più attenti alla qualità del suono e ad una

discoteca di qualità fossero i consumatori 'seri', i consumatori della musica 'seria'» (FRITH 1988, p. 25). In effetti, anche la diffusione del CD, almeno fino alla seconda metà degli anni ottanta, rimase confinata tra gli appassionati di musica classica e agli audiofili, e infatti solo nel 1988 – sei anni dopo la sua entrata in commercio – le vendite di CD superarono quelle del disco in vinile.

È interessante notare come il CD appare essere l'ultimo supporto discografico in ordine di tempo sviluppato e sostenuto, nella prima fase della propria traiettoria, nell'universo culturale della musica colta. Il CD offriva infatti un avanzamento tecnologico perfettamente in linea con la storia dei formati musicali precedenti, ovvero quello che riguardava una migliore qualità sonora, rappresentata da una chiarezza e una definizione sonora impensabili se confrontate al necessario fruscio di fondo presente nel disco in vinile. Tuttavia, l'introduzione di questa nuova tecnologia offrì al settore dell'alta fedeltà solamente una breve rivitalizzazione, che si sarebbe affievolita nel corso degli anni novanta. Mentre, infatti gli anni settanta segnano la coincidenza del mercato dell'alta fedeltà con quello della riproduzione domestica in generale, nel corso degli anni ottanta questi due settori si differenziano. In tale periodo, la definizione di HiFi – termine appunto inflazionato nell'elettronica di consumo – viene sostituita da quelle di *Hi-End* e di settore. Una conseguenza di questo ulteriore passaggio nella differenziazione e di distinzione fu, nel corso degli anni ottanta, il ripiegamento dell'industria dell'alta fedeltà su uno *zoccolo duro* di utenti appassionati a fronte di una crisi di pubblico, di vendite e di diffusione di queste tecnologie. L'alta fedeltà di avvia così, nel decennio successivo, verso un periodo di profonda crisi.

8. CRISI, FALLIMENTI E NOSTALGIE DELL'HI-FI

Uno degli elementi che possono aiutare ad interpretare la crisi del settore dell'HiFi nel corso degli anni novanta riguarda le traiettorie delle mode tecnologiche. Infatti, dopo un periodo caratterizzato da un consumo elitario, a partire dagli anni settanta l'HiFi diventa un oggetto di moda associato anche alla costruzione di uno *status* socio-economico delle famiglie. Successivamente, invece, l'attrazione sociale per queste tecnologie diminuisce e l'impianto HiFi viene sostituito, quale oggetto rilevante per lo *status* socio-culturale, da altri oggetti tecnici, come il *personal computer* o, più recentemente, il televisore a schermo piatto. Ma la crisi dell'alta fedeltà non riguarda solamente il declino di una moda. In parte, tale crisi è riconducibile a più generali trasformazioni di ordine culturale. Infatti, lo sviluppo delle tecnologie provenienti dagli studi di registrazione, e dunque, i microfoni, i nastri per registrare, le apparecchiature multitraccia, gli effetti digitali e, in seguito, le *digital audio workstation* (DAW) hanno reso il concetto di 'fedeltà sonora' parzialmente irrilevante (MORTON 2000, p. 44). Infatti, la diffusione della musica *popular*, registrata in studio con apparecchiature elettroniche – e dunque distante nel suo stesso nascere da un qualsiasi evento sonoro naturale – ha reso i comuni parametri di giudizio diffusi nella cultura dell'alta fedeltà superati. Anche per questa ragione, l'appropriazione e l'uso di apparecchiature di alta fedeltà sono oggi circoscritti prevalentemente tra gli appassionati di musica jazz e di musica classica, ovvero di mische basate su un uso apparentemente naturalistico dei suoni e degli strumenti. L'uso sempre più pervasivo nella *popular music* di campioni digitali di effetti sonori, di sovraincisioni effettuate negli studi di registrazione e dell'uso di strumenti elettronici come il sintetizzatore, rende dunque obsoleto un approccio all'ascolto basato sul 'paradigma' del suono originale e del concerto dal vivo. La crisi dell'universo socio-tecnico dell'alta fedeltà appare dunque essere il risultato di molteplici fattori che hanno collaborato nel disfare la relazione tra estetiche, tecnologie e pratiche di ascolto.

Quella che potremmo definire una 'rottura' dell'alleanza tra un insieme di tecnologie musicali, un pubblico e una sfera della produzione culturale, trova un'ulteriore conferma nel fallimento nel corso degli anni novanta dei nuovi supporti musicali destinati ad un pubblico audiofilo, come per esempio nel caso dell'introduzione del Super Audio CD (SACD),

introdotta nel 1999. Questo formato doveva rappresentare l'evoluzione del compact disc. Infatti, uguale al CD nell'aspetto esteriore, il SACD è caratterizzato da una codifica digitale ancora più raffinata e complessa e, quindi, da una migliore quantità sonora. A tal proposito è interessante notare, inoltre, come, nello stesso anno in cui le grandi industrie dell'*hardware* musicale elaboravano un formato ancora più complesso, attraverso la rete Internet si iniziavano a diffondere i nuovi formati compressi, dunque più leggeri e di qualità più scadente, attraverso il *software* Napster e i programmi *peer-to-peer* (cfr. STERNE 2006). Il SACD era inizialmente destinato al mercato dell'alta fedeltà, ma tale formato si è però rivelato ben presto un fallimento tecnologico o, comunque, un prodotto la cui diffusione è rimasta circoscritta all'interno di una nicchia di appassionati e dunque destinato in futuro a non superare i confini del ristretto mondo dell'audiofilia. I dati della SIAE americana, la RIAA (Recording Industry Association of America) relativi alle vendite di SACD per gli anni 2003 e 2004 hanno infatti fatto registrare addirittura un calo delle unità vendute di SACD del 39,6%, passando da 1.300.000 a 790.000 unità.¹ Nel luglio 2006, uno dei cataloghi più aggiornati di SACD, propone ca. 3.883 titoli disponibili, dei quali ca. 1.800 appartengono al genere della musica classica e 700 al settore Jazz.²

Il SACD non rappresenta del resto il primo e neppure l'unico fallimento di una tecnologia nata nell'ambito dell'alta fedeltà. Un caso precedente è infatti rappresentato dal fallimento, negli anni settanta, dei sistemi di *quadrifonia* musicale, ovvero di quei sistemi di riproduzione della musica basati non sui tradizionali due canali (come nella stereofonia), ma sulla riproduzione di quattro differenti tracce. La quadrifonia fu infatti introdotta sul mercato nel 1971, in un momento in cui tale sistema garantiva oramai una propria maturità tecnica (HAINS 2001, p. 811). Quattro canali, invece che due, permettevano di ricreare uno spazio sonoro più complesso, sfruttabile non solo per rendere più densa l'esperienza dell'ascolto, ma anche per elaborare nuove possibilità creative ed espressive. Tuttavia, i sistemi quadrifonici si rivelarono nell'arco di pochissimi anni dei clamorosi insuccessi commerciali.

Il fallimento della quadrifonia viene generalmente collegato agli effetti negativi prodotti dalla concorrenza di differenti formati allora in competizione tra loro. Si tratta del fenomeno oramai noto degli effetti negativi prodotti dalle cosiddette 'guerre dei formati'. Infatti, negli anni settanta, furono sviluppati e commercializzati tre differenti *standards* per la quadrifonia: uno prodotto dalla americana CBS e altri due da ditte giapponesi, la Sansui e la JVC (MILLARD 1995, p. 352). La mancanza di standardizzazione tra i formati contribuì sicuramente a limitare il numero delle registrazioni disponibili per gli ascoltatori, nonché la stessa adozione da parte degli utenti di questi sistemi quadrifonici. Tuttavia, seppure la guerra tra differenti produttori costituì sicuramente un disincentivo all'appropriazione da parte degli utenti, la quadrifonia rappresentò soprattutto una sfida al principale 'paradigma' strutturatosi attorno alla musica classica riprodotta. Infatti, la quadrifonia, al contrario della stereofonia, rappresentava una sfida particolarmente vigorosa nei confronti della cultura dell'alta fedeltà e della musica classica. L'importanza di questo quadro culturale di riferimento diventa più evidente quando, a partire dalla diffusione della stereofonia, si differenzia ulteriormente la possibilità di modificare e alterare attraverso le tecniche di registrazione e riproduzione l'effetto dell'ascolto musicale. «Quando la tecnologia di registrazione si sviluppò e la rappresentazione musicale su disco divenne più efficace, fu necessario sviluppare criteri per determinare cosa costituisse un "vero" suono, e differenziarlo dunque da forme meno accettabili di rappresentazione musicale» (SYMES 2004, p. 79). Anche la riproduzione stereofonica consiste, dunque, di una serie di convenzioni artistiche arbitrarie che si sono affermate e cristallizzate nel corso del tempo e che si presentano, all'interno dei processi di innovazione tecnologica, come fattori costrittivi nei confronti dell'adozione di nuove tec-

¹ I dati di vendita del SACD sono provengono dai rapporti annuali della Recording Industry Association of America (<http://www.riaa.com>).

² I dati relativi alla disponibilità di SACD sono nostre elaborazioni a partire dal catalogo di uno dei maggiori distributori mondiali di questi supporto SA-CD (<http://www.sa-cd.net>).

nologie. L'elemento culturale che aiuta a rendere conto del fallimento della quadrifonia negli anni settanta è dunque da ricondurre al fatto che esso promuovesse una forma di rappresentazione sonora che metteva in crisi l'effetto di verosimiglianza costruito a partire dall'esperienza del concerto dal vivo e della stereofonia. A tale riguardo il sociologo Simon Frith osserva come «ogni nuovo progresso – i dischi stereofonici degli anni sessanta, l'eliminazione, con i compact disc, del deterioramento e dei rumori di fondo degli anni ottanta – modificano la nostra esperienza musicale ed alcune innovazioni, come la quadrifonia, sono state rifiutate dai consumatori nonostante offrissero una approssimazione migliore dell'esperienza della vera esecuzione» (FRITH 1988, p. 25). Questo rifiuto, nonostante la migliore tecnica apportata da questi nuovi sistemi, è quindi spiegabile nei termini della sua incongruenza con l'orizzonte culturale e estetico dei suoi potenziali ascoltatori, che era incentrato, come abbiamo visto precedentemente, dall'emulazione dell'esperienza del concerto classico dal vivo e dalla «migliore poltrona a casa propria».

Tuttavia, a fronte di alcune nuove tecnologie più o meno fallite, nel contesto dell'alta fedeltà si è comunque assistito nel corso degli ultimi anni ad alcune trasformazioni, soprattutto incentrate sul recupero di tecnologie antiche, apparentemente scomparse nel decennio precedente, e invece rivitalizzante alla luce di un nuovo fascino e non privo di una componente nostalgica (MAGAUDA 2006b). Tra queste tecnologie antiche, il disco in vinile e gli amplificatori a valvole sono state quelle che negli ultimi anni hanno attratto la maggior attenzione da parte del mercato e del pubblico. Il processo di riscoperta e recupero di tecnologie antiche può essere in parte collegato ad un effetto generazionale. Infatti, la maggior parte degli utenti di alta fedeltà appartengono ad una generazione cresciuta usando il disco in vinile e appare dunque sensato inquadrare il recupero del vinile come una forma di recupero dell'universo materiale della propria giovinezza (SYMES 2004, p. 82). La nuova riscoperta di tecnologie antiche come il vinile coinvolge la costruzione di una serie di nuovi significati e valori attorno a questi oggetti. Il disco in vinile, infatti, viene reinterpretato e ridefinito in una nuova forma culturale. Un esempio è costituito dalla commercializzazione del cosiddetto vinile a '180 grammi', ovvero un disco caratterizzato da una stampa almeno teoricamente di qualità superiore, la cui consistenza e spessore è superiore a quella dei comuni dischi in vinile.

Un ulteriore processo di recupero e reinterpretazione di antiche tecnologie HiFi riguarda anche gli amplificatori a valvole. La riscoperta di questo tipo di amplificatori da parte degli audiofili rappresenta un fenomeno recente, poiché questo tipo di dispositivi era stato sostituito dai più efficienti amplificatori a transistor tra gli anni settanta e gli anni ottanta. La nuova attrazione suscitata dagli amplificatori a valvole non riguarda in particolare il miglioramento delle prestazioni sonore e acustiche. Infatti, la rinascita dell'interesse nei confronti delle valvole coinvolge soprattutto il loro valore estetico e culturale. La rielaborazione di un valore estetico delle tecnologie, come nel caso degli amplificatori a valvole, riguarda anche altri tipi di componenti per l'ascolto musicale. Nel settore dell'alta fedeltà, infatti, si può riconoscere una tendenza più generale alla rielaborazione di estetiche antiche appartenenti al passato e al recupero di un *design retrò*. L'interesse suscitato attorno alle tecnologie antiche può essere ricollegato proprio alla loro capacità di permettere agli appassionati nuove declinazioni del gusto e delle forme di distinzione sociale (BOURDIEU 1979) che prendono forma attraverso l'appropriazione e il possesso di particolari tecnologie ammantate di un particolare fascino musicale e culturale. L'attuale diffusione di queste «nuove tecnologie antiche» non riguarda dunque il miglioramento della qualità sonora, ma piuttosto la loro capacità di generare un particolare fascino che contribuisce a rendere l'ascolto musicale un evento ancora più speciale e intenso.

9. CONCLUSIONE: HiFi, MP3 E LE TECNOLOGIE MUSICALI CONVERGENTI

Oggi, seppur ridimensionate nella propria diffusione sociale, la cultura e la pratica dell'HiFi continuano a rimanere vive all'interno di una nicchia di appassionati, fedeli lettori

di riviste di settore e frequentatori di piccoli negozi specializzati. Sono proprio questi appassionati che continuano a riprodurre quella forma di ascolto caratterizzata dal rimanere seduti e attenti sul divano di casa ascoltando la musica, un modo di fruizione della musica oramai sempre meno diffuso nelle pratiche delle nuove generazioni di ascoltatori. Infatti, tra questi ultimi l'ascolto della musica avviene sempre più spesso attraverso *personal computer* e dispositivi portatili come l'iPod, che hanno in questi ultimi anni contribuito a diffondere un uso della musica mobile e ubiquo (KASSABIAN 2002, MAGAUDDA 2006a, BULL 2007) e quindi distante dai salotti e dai divani di casa. È proprio in questa direzione evolutiva che si sono registrate, in questi ultimissimi anni, le maggiori innovazioni nel settore dell'alta fedeltà, e in particolare attraverso l'ibridazione di vecchie e nuove tecnologie. L'esempio di 'dispositivo ibrido' che meglio di altri rende l'idea dell'insieme di queste trasformazioni è infatti costituito dagli amplificatori valvolari destinati ad essere utilizzati elusivamente insieme al lettore portatile di MP3 iPod, di cui esistono oggi in commercio differenti modelli. Dal punto di vista di un tradizionale appassionato di HiFi tale convergenza rappresenta un controsenso, poiché i formati musicali digitali compressi costituiscono, dal punto di vista tecnico, un sistema musicale inferiore rispetto sia al CD che al disco in vinile. Tuttavia, l'iPod collegato ad un amplificatore a valvole riunisce in un unico oggetto due delle maggiori tendenze che hanno contribuito in questi ultimi anni a trasformare i dispositivi musicali: per un verso l'integrazione della musica con Internet attraverso la circolazione dei formati MP3 e, per un altro verso, il recupero di tecnologie superate e abbandonate, ma ricche di un proprio fascino, come appunto sono le valvole di un amplificatore che, rimanendo accese, illuminano di rosso il buio di una stanza in cui scorrono nell'aria le note della propria musica preferita. Riflettendo su questa convergenza tecnologica, come su molte altre che ruotano attorno alla relazione tra *personal computer* e Internet, non possiamo oramai che iniziare a guardare col distacco dell'occhio dello storico a quel periodo in cui 'ascoltare la musica' significava ricreare tra le proprie mura domestiche l'illusione acustica di stare seduti nella 'migliore poltrona' di una sala da concerto.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AUDIO ENGINEERING SOCIETY 1949, *Coming to the Audio Fair?*, «Audio Engineering», 8, p. 22.
- BELZ A. 1979, *L'alta fedeltà*, trad. it., Milano, Garzanti, 1980.
- BENJAMIN W. 1935, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it., Torino, Einaudi, 1966.
- BOURDIEU P. 1979, *La distinzione*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1982.
- BULL M. 2007, *Sound moves. iPod culture and urban experience*, London, Routledge.
- CHANAN M. 1995, *Repeated takes. A short history of recordings and its effect on music*, London, Verso.
- COLEMAN M. 2003, *Playback. From the Victrola to MP3, 100 Years of Music, Machines, and Money*, Cambridge, Da Capo Press.
- CRANE D. 1992, *La produzione culturale*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1997.
- DAY T. 2000, *A century of recorded music. Listening to musical history*, New Heaven-London, Yale University Press.
- FLICHY P. 1991, *Storia della comunicazione moderna*, trad. it., Bologna, Baskerville, 1994.
- FRITH S. 1988, *Il rock è finito*, trad. it., Torino, EdT, 1990.
- GELATT R. 1955, *The fabulous phonograph. From tin foil to high fidelity*, London, Cassell.
- GINSBURG P. 1989, *Storia d'Italia dal dopoguerra ad oggi*, Torino, Einaudi.
- GITELMAN L. 2003, *Souvenir foils: on the status of print at the origin of recorded sound*, in L. GITELMAN, G. B. PINGREE (a cura di), *New Media 1740-1915*, Cambridge, The MIT Press, pp. 157-174.
- GOLDMARK P. C. 1973, *Maverick inventor. My turbulent years at CBS*, New York, E. P. Dutton & Co.
- HAINS J. 2001, *Dal rullo di cera al CD*, in *Enciclopedia della musica*, vol. 1, Torino, Einaudi, pp. 783-819.
- KASSABIAN A. 2002, *Ubiquitous listening*, in D. HESMONDHALGH, K. NEGUS (a cura di), *Popular music studies*, London, Arnold, pp. 117-130.
- KATZ M. 2004, *Capturing sound: how technology has changed music*, Berkeley, University of California Press.
- KEIGHTLEY K., 1996, *Turn it down! She shrieked: gender, domestic space, and high fidelity 1948-59*, «Popular Music», 15, 2, pp. 149-177.
- MAGAUDDA P. 2006a, *Le molteplici convergenze dei Sound Studies: tra cultura sonora, artefatti tecnici e usi sociali della musica*, «AAA · TAC», 3, pp. 113-127.

- MAGAUDA P. 2006b, *Mp3, vinili e HiFi. Tecnologie, pratiche e utenti della cultura sonora*, «Studi Culturali», 2, 3, pp. 367-395.
- MAGAUDA P. 2008, *Tecnologie musicali e pratiche di ascolto: i quadri socio-tecnici dell'alta fedeltà e dell'mp3*, in D. BARBIERI, L. MARCONI, F. SPAMPANATO (a cura di), *Atti del Terzo Simposio Internazionale sulle Scienze del Linguaggio Musicale*, Lucca, LIM, pp. 248-256.
- MAISONNEUVE S. 2000, *Dischi e socialità: la nuova cultura dell'ascolto musicale negli anni venti e trenta del Novecento*, «Quaderni Storici», 2, pp. 437-468.
- MILLARD A. 1995, *America on record. A history of recorded music*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MOORES S. 1993, *Il consumo dei media*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1998.
- MORTON D. 2000, *Off the record: the technology and culture of sound recording in America*, London, Rutgers University Press.
- NICOLAO G. 1958, *La tecnica dell'alta fedeltà*, Milano, Il Rostro.
- PERLMAN M. 2004, *Golden ears and meter readers: the contest for epistemic authority in audiophilia*, «Social Studies of Science», 34, 4, pp. 783-807.
- PINCH T. J., BIJKER W. E. 1984, *The social construction of facts and artefacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other*, «Social Studies of Science», 14, pp. 399-441.
- READ O., WELCH W. L., 1959, *From tin foil to Stereo. Evolution of the phonograph*, Indianapolis-New York, Haward W. Sams & C.
- SHOVE E., SOUTHERN D. 2000, *Defrosting the freezer: from novelty to convenience. A narrative of normalization*, «Journal of Material Culture», 5, 3, pp. 301-319.
- STERNE J. 2003, *The audible past: cultural origins of sound reproduction*, Durham (NC), Duke University Press.
- STERNE J. 2006, *The mp3 as cultural artifact*, «New Media & Society», 8, 5, pp. 853-870.
- SYMES C. 1997, *Beating up the Classics: Aspects of a Compact Discourse*, «Popular Music», 16, 1, pp. 81-95.
- SYMES C. 2004, *Setting the record straight, a material history of classic recording*, Middletown (CT), Wesleyan University Press.
- TANG J. 2004, *The endless quest for fidelity: a portrait of the early audiophile community*, paper presentato alla conferenza 4S/EEAST, Paris, École des Mines, 25-28 agosto.
- THOMPSON E. 1995, *Machines, Music, and the Quest for Fidelity: Marketing the Edison Phonograph in America, 1877-1925*, «The Musical Quarterly», 79, 1, pp. 131-171.

Rivista annuale / *A yearly Journal*

ACCADEMIA EDITORIALE®

Casella postale n. 1, Succursale n. 8 · I 56123 Pisa
Tel. +39 050 542332 · fax +39 050 574888
E-mail: accademiaeditoriale@accademiaeditoriale.it · www.libraweb.net
Uffici di Pisa: Via Santa Bibbiana 28 · I 56127 Pisa
Uffici di Roma: Via Ruggiero Bonghi 11/b (Colle Oppio) · I 00184 Roma

Abbonamenti / *Subscriptions*

Italia: Euro 125,00 (privati) · Euro 265,00 (enti, con edizione *Online*)
Abroad: Euro 195,00 (*individuals*) · Euro 325,00 (*Academic Institutions, with Online Edition*)
Prezzo copia singola / *Single issue*: Euro 410,00
I pagamenti possono essere effettuati tramite versamento su c.c.p. n. 17154550
o tramite carta di credito (American Express, Eurocard, Mastercard, Visa)

*

La *Accademia editoriale*®, Pisa · Roma, pubblica con il marchio *Fabrizio Serra · Editore*®, Pisa · Roma, sia le proprie riviste precedentemente edite con il marchio *Istituti editoriali e poligrafici internazionali*®, Pisa · Roma, che i volumi delle proprie collane precedentemente edite con i marchi *Edizioni dell'Ateneo*®, Roma, *Giardini editori e stampatori in Pisa*®, *Gruppo editoriale internazionale*®, Pisa · Roma, e *Istituti editoriali e poligrafici internazionali*®, Pisa · Roma.

Autorizzazione del Tribunale di Pisa n. 21 del 15 settembre 2004
Direttore responsabile: FABRIZIO SERRA

Sono rigorosamente vietati la riproduzione, la traduzione, l'adattamento anche parziale o per estratti, per qualsiasi uso e con qualsiasi mezzo effettuati, compresi la copia fotostatica, il microfilm, la memorizzazione elettronica, ecc. senza la preventiva autorizzazione della *Fabrizio Serra · Editore*®, Pisa · Roma, un marchio della *Accademia editoriale*®, Pisa · Roma. Ogni abuso sarà perseguito a norma di legge.

*

Proprietà riservata · *All rights reserved*
© Copyright 2008 by *Fabrizio Serra · Editore*®,
Pisa · Roma, un marchio della *Accademia editoriale*®, Pisa · Roma

Stampato in Italia · *Printed in Italy*

ISSN 1824-6176
ISSN ELETTRONICO 1825-3873

*

La pubblicazione si avvale della collaborazione del Dipartimento di Storia delle Arti e Conservazione dei Beni Artistici «G. Mazzariol» della Università Ca' Foscari di Venezia.

SOMMARIO

Giulia De Monte (a cura di), *Arnold Schoenberg. Le simbologie visuali nella partitura di Die Glückliche Hand* 9

THE KINGDOM OF INORGANIC GIANTS

ROBERTO CALABRETTO, *La Sinfonia sopra una canzone d'amore. Per Il gattopardo* 21

FOR BEHIND THE SPONTANEOUS JOY OF LIFE. THERE IS ALWAYS A MECHANISM TO KEEP GOING

ALESSANDRA ROBLES, *Di alcuni scarti evolutivi nella musica per arpa fra tecnica esecutiva e creazione musicale* 129

NILDO SANVIDO, *Udire l'ombra. Timbres, Espace, Mouvement di Henri Dutilleux* 137

PAOLO MAGAUDDA, «*La miglior poltrona a casa propria*». *Per una storia delle tecnologie musicali HiFi* 145