

**Storia** Ecco come il disco creò la cultura di massa.

Un articolo di Donald Sassoon 20 | 21

# e il disco creò la cultura di massa

**Fenomeni** | *All'inizio fu la lirica. Poi le canzoni popolari e l'invenzione della registrazione dei suoni. Un grande storico riflette sulle innovazioni che hanno cambiato, per sempre, i mercati culturali*

**DONALD SASSOON**

■ Nel 1900 furono venduti negli Stati Uniti tre milioni di dischi e cilindri; nel 1910 trenta milioni; nel 1921 diventarono 140 milioni. Negli Stati Uniti furono venduti 345 mila fonografi nel 1909, e 2,23 milioni nel 1919. Nel 1915 le vendite di dischi in Russia erano di venti milioni, ma la Germania aveva già raggiunto una produzione di diciotto milioni nel 1907. Così, fin dall'inizio, la registrazione di musica acquisì tutte le caratteristiche di una grande impresa capitalista. Rispetto alle case editrici, le prime case discografiche erano grandi. Un editore poteva realizzare un profitto vendendo solo un migliaio di copie di un libro, e poteva sostenersi pubblicando un centinaio di libri l'anno. Questo non era possibile con la nuova industria discografica. Il costo di produzione era troppo alto e i mercati nazionali erano troppo ristretti. Pensare globalmente era quasi obbligatorio.

La Victor Talking Machine Company (poi RCA) fu costituita nel 1901 negli Usa. La British Gramophone Company (poi del Voce del Padrone e poi Emi) aveva lo scopo di sfruttare il mercato europeo, mentre la Victor Company era focalizzata sugli Stati Uniti, la Cina, il Giappone e le Filippine. In Italia c'era la Società Italiana Fonotipia, in Francia la Pathé, in Germania l'impresa dominante era la Deutsche Grammophon. In effetti, dal 1903 l'industria discografica era nelle mani di un oligopolio che escludeva possibili concorrenti.

• **Nasce la musica globalizzata**

La velocità dei primi dischi fu fissata a settanta giri al minuto - per passare ai 78 giri nel 1926. Una maggiore velocità avrebbe prodotto un suono migliore, ma il tempo di riproduzione sarebbe stato troppo breve; una velocità più lenta avrebbe pro-

dotto suoni troppo poveri.

La standardizzazione di giradischi e dischi diventò di importanza fondamentale; ma avrebbero avuto tutti voglia di comperare la stessa musica? La diffusione internazionale del romanzo avrebbe suggerito che diverse culture possono godere delle stesse storie, e l'apprezzamento in tutto il mondo della lirica, soprattutto quella italiana, avrebbe potuto essere un altro segnale che, almeno all'interno di gruppi sociali simili, ci sarebbe stata una convergenza di gusto.

L'industria musicale, tuttavia, aveva inizialmente ipotizzato che i gusti musicali erano fortemente legati a culture locali. La sua strategia iniziale fu quella di cercare di soddisfare gusti locali.

Così nel 1902 la British Gramophone inviò uno dei suoi dirigenti, che era anche un grande tecnico, Fred Gaisberg, in India per aprire nuovi mercati, stabilire le agenzie e acquisire un catalogo di registrazioni native (lo aveva già fatto in tutta Europa). A Calcutta, dove rimase per sei settimane, registrò diverse centinaia di titoli con cantanti locali. Dopo l'India, Gaisberg andò in Siam, Cina e Giappone, dove registrò seicento pezzi. Si sistemava in una stanza d'albergo con le sue apparecchiature e registrava cantanti selezionati da un agente locale. Gaisberg non sapeva quasi nulla della musica che registrava. Di alcuni cantanti cinesi scrisse che le «loro voci hanno il suono di un gattino che stride».

Nel 1910 la Gramophone Company aveva fatto oltre 14 mila registrazioni in Asia e in Nord Africa. Tuttavia i clienti erano di solito le classi abbienti e cosmopolite e, dunque, la società vendette anche molta musica occidentale in questi mercati, promuovendola come parte essenziale di uno stile di vita moderno. Una pubblicità per la Gramophone Company a Madras del 1913 recitava: «L'opera a casa: forse non avrete mai la possibilità di ascoltare i grandi cantanti della nostra

epoca... ma con i nostri dischi potrete avere a casa vostra la più bella musica del mondo».

### • Dalla lirica alle canzoni, la musica si fa pop

All'inizio erano le arie d'opera che hanno dominato il mercato della musica registrata. Era stata scoperta una nuova fonte di prestigio e di reddito. I dischi e cilindri potevano registrare solo pochi minuti di musica. Dunque si potevano registrare solo canzoni e melodie brevi. Solo dopo la seconda guerra mondiale si sarebbe potuto effettuare una registrazione di un intero concerto su un disco solo. L'aspetto tecnologico favorì anche il mercato della musica popolare, i cui interpreti diventarono presto le figure centrali nel mondo della musica.

All'inizio i cantanti d'opera guardavano la nuova invenzione con sospetto. Essi pensavano che una volta registrate le loro voci, i loro servizi non sarebbero stati più necessari. Ma ben presto si resero conto del contrario, che la registrazione avrebbe fatto aumentare sia i loro guadagni e, nello stesso tempo, attirato nuovo pubblico che sarebbero venuti ad ascoltarli dal vivo (tanto più che le prime registrazioni erano molto carenti).

C'erano ragioni tecniche per cui la registrazione della voce umana fu preferita alla registrazione della musica strumentale: il timbro della voce umana può essere riprodotto con maggiore facilità e realismo. Tra le prime registrazioni vocali vi erano canzoni napoletane come quelle di Eduardo Di Capua, compositore di *I te vurria vasà*, *Maria Mari* e soprattutto di *O Sole Mio*, composta da Di Capua mentre si trovava in viaggio a Odessa. La canzone, com'è noto, diventò famosissima. Ed ecco allora che si viene a creare un'immagine dell'epoca, con una signora che lava i panni cantando allegramente *O Sole Mio*, come faranno molto più tardi sia Pavarotti che Elvis Prestley. Di Capua non fu fortunato, gli piaceva troppo il gioco d'azzardo e morì poverissimo, a Napoli, 100 anni fa.

### • Caruso, la prima star internazionale

La parte del leone, tuttavia, la fecero non le canzoni bensì le arie di opere famose: *La donna è mobile*, dal *Rigoletto* di Verdi, fu registrata nel 1903; e poi *Otello* (*Era la notte*), *Parigi O Cara* (*Traviata*), e *In Quelle Trine morbide* (dal *Manon Lescaut* di Puccini, registrato nel 1901).

Il principale beneficiario della voga per arie registrate e canzoni italiane fu Enrico Caruso, generalmente considerato il primo cantante a farsi conoscere a livello internazionale attraverso i suoi dischi. Nel 1902 Caruso era già la stella principale della Scala e ben noto nel circuito mondiale della lirica, ma fu la registrazione di dieci arie esclusivamente per la Gramophone che lo trasformò in una vera e propria star internazionale. Fred Gaisberg lo aveva attirato in una stanza trasformata in uno studio al Grand Hotel di Milano, a pochi minuti dalla Scala. Caruso aveva chiesto 100 sterline, più una percentuale sulle vendite. La Gramophone Company riteneva questo un compenso esorbitante e aveva mandato un telegramma a Gaisberg dicendo di non accettare. Gaisberg fece finta di non aver mai ricevuto il telegramma. Tra le arie registrate vi erano *Questa o*

*quella* dal *Rigoletto* di Verdi e *Una furtiva lagrima* dall'*Elisir d'amore* di Donizetti - le altre sono rimaste meno note, come l'aria *Ah vieni qui... non chiuder gli occhi* dall'opera *Germania* di Alberto Franchetti, la cui prima aveva avuto luogo qualche settimana prima alla Scala.

Questo fu l'inizio della fama mondiale di Caruso tra un nuovo pubblico che non era mai entrato in un teatro. La Gramophone Company recuperò le famose 100 sterline e guadagnò milioni. Caruso incassò tra i 2 e i 5 milioni di dollari negli anni seguenti con ben 260 dischi che furono prodotti tra il 1902 e il 1920 (morì nel 1921 a soli 48 anni).

### • Il disco per tutti e il secolo americano

Il repertorio operistico fu ben presto superato (in termini di vendite) dalle canzoni "popolari". Queste erano canzoni essenzialmente urbane, di città, spesso eseguite nei *caffè-concert*, in sale di musica e nei cabaret. L'industria discografica li trasformò in un vero e proprio oggetto di consumo di massa. Gli inglesi e i francesi gradualmente persero terreno. Grazie alle dimensioni del suo mercato, il suo benessere, e l'apporto culturale degli immigrati, gli Stati Uniti presto superarono tutti. E non solo nella cultura popolare. Nel 1900 gli Stati Uniti avevano la più grande rete ferroviaria al mondo e il Paese era diventato il primo produttore di acciaio. Nel 1910 la sua popolazione era la più numerosa nel mondo industriale: 92 milioni di persone grazie a un alto tasso di natalità e una massiccia immigrazione.

Il risultato di questa espansione economica divenne evidente: mentre nel 1860 gli Stati Uniti erano soprattutto esportatori di prodotti agricoli, nel 1900 erano in grado di esportare in Europa una vasta gamma di beni di consumo di marca, tra i quali innovazioni quali le macchine da cucire Singer, gli apparecchi fotografici Kodak, i rasoi Gillette, le penne Waterman e le lampadine Edison.

Più che mai l'America proiettava un'immagine di modernità, ma questo, ancora nel 1900, non aveva ancora trovato le sue forme culturali. Prima del 1920 gli americani contavano ancora poco nel settore culturale globale: senza grandi cantanti o compositori di canzoni, senza operalirica, pochi compositori di musica seria, quasi nessun drammaturgo popolare e solo qualche scrittore di fama internazionale.

Tutto questo cambiò nel ventesimo secolo. Con il cinema di Hollywood, le canzoni pop e la televisione gli americani conquistarono il villaggio globale della cultura di massa.

### • Ascesa e declino delle culture

Una volta vi era una comune cultura aristocratica internazionale: tutti gli appartenenti a questa alta cultura erano a conoscenza di una gamma molto limitata di prodotti culturali. Poi, nel XIX secolo, ci fu la grande avanzata della cultura borghese. Nel ventesimo secolo, il secolo americano, il cinema, la musica registrata, la stampa popolare e la radio tascabile a buon mercato e soprattutto la televisione crearono una cultura di massa le cui radici sono appunto negli decenni 1880-1920.

Le novità si susseguirono a ritmo incalzante e, senza il loro racconto fatto dagli storici, forse le nuove generazioni perderebbero il senso di come era fatta la cultura del passato.

Non vi è motivo di lamentarsi per tale situazione, come non vi era motivo di lamentarsi per il cosiddetto imperialismo culturale di un passato recentissimo. La fine di alcune esperienze culturali può essere motivo di rimpianto. Ma è già accaduto prima, e il mondo è andato avanti. Così come continuerà ad andare avanti, nel bene e nel male.

Lascio i verdetti e i giudizi ai moralisti ai quali spetta il compito di decidere se la cultura di oggi è peggio di quella che l'ha preceduta. L'attività degli storici è più complessa: si tratta di fare una mappa del passato, dando prospettiva al presente. Decidere quale cultura sia bella o brutta è una questione che riguarda tutti gli esseri umani, una categoria che comprende gli storici e che non esclude nessuno. Tutto quello che so è che un mondo senza cultura, sia essa alta o popolare, senza *Anna Karenina* ma anche, se posso osare dirlo, senza *Cinquanta sfumature di grigio*, sarebbe un mondo ancora più selvaggio di quello che ci sta di fronte a noi ora.

Pubblichiamo uno stralcio della lezione *Quando il sapere è diventato un prodotto di massa* che Donald Sassoon, allievo di Eric J. Hobsbawm e professore emerito alla Queen Mary University di Londra, è uno dei maggiori storici contemporanei. Qui anticipiamo uno stralcio della lezione che terrà domenica 28 maggio, alle ore 11.30, presso il Palazzo comunale di Pistoia, nella quale l'autore ricostruisce la nascita dei mercati culturali dal romanzo all'opera lirica, passando per le tre innovazioni che cambiarono per sempre questi mercati: il grammofono, il cinema e la radio.

**Enrico Caruso, grazie alle arie di Verdi o Donizetti, diventò il primo cantante a farsi conoscere a livello internazionale attraverso i suoi vinili guadagnando milioni**

**All'inizio gli interpreti dell'opera guardavano al grammofono con sospetto: una volta incisi, loro non sarebbero stati più necessari. Ma presto si resero conto del contrario**

## DIALOGHI SULL'UOMO

■ Dal 26 al 28 maggio si terrà l'ottava edizione di *Dialoghi sull'uomo*, il festival di Pistoia dedicato all'antropologia del contemporaneo in cui esperti di diversi ambiti si confrontano per rintracciare nuove letture della realtà. Tre giorni, quelli della manifestazione ideata e diretta da Giulia Cogoli, in cui si alternano incontri, lezioni, spettacoli e letture, per offrire un'originale percorso di approfondimento culturale.

Il tema di quest'anno è *La cultura ci rende umani. Movimenti, diversità e scambi*, che, oltre a evocare la nomina di Pistoia a Capitale italiana della Cultura, ruota attorno all'idea di cultura come strumento capace di rendere le persone migliori. Un obiettivo approfondito dalle parole della Cogoli: «La declinazione plurale del concetto di "cultura" rappresenta non solo la principale acquisizione teorica dell'antropologia culturale, ma anche una delle grandi rivoluzioni conoscitive del Novecento. Le culture sono cantieri sempre aperti, processi in continua evoluzione, e lo scambio culturale è la norma, non l'eccezione».

Il festival sarà aperto dalla lezione di Salvatore Settis *Cieli d'Europa. Cultura, creatività, uguaglianza*, in cui lo storico dell'arte proporrà il pensiero critico come unico esercizio creativo utile alla comprensione del mondo e della crisi culturale che le nostre opere d'arte rispecchiano. Dialogheranno, fra gli altri, anche il fisico del Cern Guido Tonelli (sullo studio delle nostre origini), lo scrittore Edoardo Albinati (sulla capacità d'intervento della cultura in contesti di degrado sociale), lo psichiatra Vittorio Lingiardi (su generi, identità e orientamento sessuale), l'antropologo Adriano Favole (sull'arroganza delle tecniche che trasformano il mondo) e l'antropologa Amalia Signorelli (sul ruolo odierno della cultura popolare).

*Dialoghi sull'uomo* sarà animato anche da spettacoli, tra cui quello di Toni Servillo in omaggio a Primo Levi, e una mostra fotografica di Gianni Berengo Gardin.



**MUSICA** Qui sopra una foto scattata durante la missione britannica in Antartide tra il 1910 e il 1913 e che riprende l'immagine utilizzata dalla The Gramophone company come logo. In alto a sinistra, il tenore Enrico Caruso durante le sue vacanze in Easthampton del 1920, l'anno prima della sua morte. A fianco, due ragazzi messicani in Texas accanto a un fonografo. La sua invenzione, nel 1877, si deve a Thomas Edison



ARCHIVIO GBB / CONTRASTO



SCIENCE PHOTO LIBRARY / CONTRASTO

