

Vincenzo Bonomo

L'interpretazione nell'epoca della riproducibilità tecnica Considerazioni sull'interpretazione, tra società di massa e New Media

L'avvento della musica riprodotta mutò le condizioni del consumo e della produzione musicale nella stessa misura in cui la stampa aveva cambiato le condizioni della lettura e della produzione letteraria.

Umberto Eco, *Apocalittici e integrati*, p. 297

Ereditare, ripetere, innovare. Tre parole che riassumono il ciclo vitale del processo artistico, e ciò è tanto più vero in campo musicale. Credo, però, che a queste parole sia possibile affiancarne altre che forniscano delle chiavi di lettura interessanti per affrontare il tema della riproducibilità in musica.

Le prime parole che possiamo utilizzare sono alla base della concezione di Marcel Mauss sui rapporti tra individui appartenenti ad un gruppo sociale, in un'ottica di scambio: *dare, ricevere e ricambiare*. Il concetto di dono, con le categorie che esso include, è pienamente applicabile alla musica e con essa crea un binomio inscindibile, come vedremo in seguito. L'assenza di vincoli e di imposizione, fa sì che il dono si manifesti sempre come una libera scelta che però espone al rischio di non essere ricambiati: questo genera fiducia fra chi dona e chi riceve e alimenta un rapporto di reciprocità. La scommessa del dono va a creare legami e induce relazioni, di rilevanza non solo economica, ma anche sociale, giuridica e religiosa, più importanti dei beni stessi: il dono è «un fatto sociale totale».

Il paradigma del dono avvicina la musica alla categoria dei beni relazionali che generano una dimensione di relazioni che devono essere sempre prodotte e consumate collettivamente. L'atto del ricambiare della teoria del dono coincide con il momento della fruizione dell'opera musicale: questo, però, avviene solo nel caso dell'ascolto attivo. Tradizionalmente ci si riferisce al fruitore come entità limitata alla sola percezione e al godimento dell'opera, dimenticandosi della dimensione fondamentale dell'ascolto attivo e partecipato. Ma proprio questo aspetto, che completa e costituisce il senso dell'opera, coincide con la terza categoria maussiana del *ricambiare*. Il ruolo attivo dell'ascoltatore, nel rimandare i contenuti della cosa fruita, li riempie di senso, rendendone possibile il completamento estetico.

La necessità del ricambiare nella tematica del dono è collegabile alla terza istanza della tripartizione semiologica, ovvero il livello estesico. Un ripensamento del livello estesico, nell'ambito della teoria della ricezione della musica, contribuisce alla realizzazione di quella che chiamiamo la *poietica dell'ascolto*: la costruzione di significato nasce da un ascolto attivo, dotato di una propria autonomia e intenzionalità. Il problema del rapporto fra l'atto della creazione e la fruizione di un'opera musicale si pone in maniera ancora più evidente a causa della sua sostanziale immaterialità.

Secondo Hans Robert Jauss, l'ambito della ricezione si è imposto nella storia della produzione musicale solo nell'ultimo secolo, da quando cioè è stato possibile fissare il segnale musicale su un supporto. In tal senso l'introduzione dei mezzi di registrazione e riproduzione sonora costituisce senz'altro la più grande rivoluzione avvenuta nel corso della storia della musica: da arte immateriale, la musica si è trasformata in qualcosa di tangibile. In seguito a questo mutamento di paradigma, diventa centrale il ruolo dell'ascolto: si rimette al centro dell'attenzione l'ambito della fruizione che era stato tralasciato nelle epoche precedenti. L'opera musicale non si caratterizza soltanto per la sua struttura immanente, per le configurazioni del testo musicale o del testo sonoro: contribuiscono alla determinazione dell'opera anche i processi compositivi e i comportamenti percettivi legati alla sfera della fruizione. Senza l'azione dell'interprete – e del pubblico, come vedremo in seguito – la partitura è musica che esiste solo in potenza, pura virtualità e progettualità in attesa di realizzarsi ad ogni esecuzione.

Un altro punto di vista – in questo caso di carattere economico e politico – è fornito dal saggio *Rumori*, ad opera dell'economista francese Jacques Attali: considerando la musica come addomesticamento del caos dei rumori che caratterizzano l'ambiente urbano, si propone di individuare i legami tra la società e la sua musica. Attali rintraccia l'evoluzione di questo legame in tre concetti, riassunti nelle parole *sacrificare, rappresentare e ripetere*. Se il rumore è disordine, la musica è il principio ordinatore anche nell'ottica di una regolamentazione sociale. In questo senso la musica diviene sacrificio – un rito che esorcizza ciò che fa paura –, in quanto rappresentazione rassicurante di ciò che in realtà costituisce fonte di pericolo e sofferenza; in questo senso diviene principio di aggregazione e ordinamento della vita comunitaria.

Con l'introduzione del denaro nella società, la musica assume una funzione differente: essa viene pagata per essere ascoltata e fare musica diviene un lavoro. In questo momento nasce la figura dell'artista, come figura distinta dal pubblico, separando l'esecuzione dall'ascolto. L'opera musicale assume un valore economico – nella partitura e nelle sue esecuzioni – e quindi diviene *rappresentazione* del sistema sociale che questa logica sottende. Il processo di concorrenza s'instaura anche tra musicisti: nascono le prime istituzioni di formazione professionale (i Conservatori) e si afferma la figura del virtuoso; solo gli artisti che si adattano alle richieste dei consumatori raggiungono successo e riconoscimento.

L'invenzione dei supporti di registrazione permise alla musica – per sua natura legata al tempo della propria durata, e per questo effimera e irripetibile – di reificarsi, per essere immagazzinata, distribuita e venduta. L'evento musicale

viene affiancato alla presenza della sua copia: un oggetto di astratta perfezione, privo di ogni rumore o difetto, creato per essere *ripetuto* e consumato; la tecnologia permette di ottenere un suono privo degli elementi acustici propri dell'esecuzione dal vivo, perdendo la profondità della dimensione acustica, in una sorta di immagine bidimensionale. La musica, da evento unico, diviene presenza costante nella quotidianità; si sposta dal piano della condivisione collettiva a quello del consumo individuale – e silenzioso –, surrogato della socialità.

Walter Benjamin, nel saggio del 1936 che dà il titolo a questo intervento, indaga questa trasformazione nelle abitudini di consumo dei *beni culturali*, che vede nella società di massa il suo soggetto: i ritmi della *ri-produzione* in serie si riflettono nella vita frenetica dell'individuo, in una spirale di molteplici stimoli estetici che causa estraneazione e distrazione; la ripetizione e l'abitudine divengono un anestetico. L'oggetto d'arte diviene mezzo d'evasione e la *distrazione* diviene il principio della ricezione, mentre il principio di valutazione dell'opera è legato alla quantità e quindi a quanto quell'oggetto è conforme alla *tendenza* del momento.

Si potrebbe obiettare che l'arte è sempre stata riproducibile, in quanto l'individuo può sempre riproporre un oggetto già esistente (si prenda ad esempio l'evento del concerto come riproposizione dell'opera di un compositore) e quindi si potrebbero far coincidere le parole *riproducibilità e interpretazione*; nel caso della riproducibilità tecnica, però, a riprodurre l'opera sono le macchine: con questo si perde il carattere di singolarità ed esclusività (nello spazio e nel tempo), quello che Benjamin chiama "*aura*" dell'opera d'arte.

La perdita dell'*aura*, causata dalle tecnologie di riproduzione – dalla radio al digitale –, si accompagna all'ampliamento della platea degli ascoltatori: la cultura musicale arriva anche alle classi popolari, che si avvicinano ad un repertorio al quale non avrebbero avuto accesso prima di quel momento. L'ascolto di musica riprodotta, però, disincentiva la *Hausmusik* – la pratica amatoriale – come descritto da T.W. Adorno nel saggio *Impiego musicale della radio* (1963): la comprensione della musica passa anche dall'aspetto pratico della produzione e non dal solo ascolto. Questo ha come conseguenza l'appiattimento della sensibilità musicale del pubblico, ovvero si perde *il buon ascoltatore*; d'altra parte, come conviene lo stesso Adorno, si pone fine alle esecuzioni di livello mediocre. Citando Benjamin, Adorno afferma che l'esistenza di un mercato dell'arte, in particolare quello musicale, porta alla saturazione della quantità dei beni culturali di consumo alla quale consegue una saturazione dell'ascolto che si traduce in una progressiva perdita di concentrazione del pubblico. Lo standard viene assunto a livello di stile, rimpiazzando ogni possibile emancipazione estetica: avviene quindi una polarizzazione dell'offerta musicale, in cui le opere sono feticci e hanno valore solo in quanto bene di consumo. Con la riproduzione viene meno l'istante in cui la composizione – la partitura – si vivifica nell'esecuzione: quel momento è congelato nel tempo, come un'immagine, venendo meno quel rapporto dinamico e dialettico tra audience e interprete; il ripresentarsi della musica sempre uguale a sé stessa, in qualsiasi luogo, in una ritualità ripetitiva e ipnotica.

La logica del mercato non può che riflettersi anche sulla figura dell'autore-interprete: da una parte la riproduzione permette all'artista di confrontarsi con gli altri interpreti in maniera più libera – non essendo vincolata ad uno spazio e un tempo unico – e rende inoltre possibile, per mezzo della ripetizione, di cogliere le sfumature più intime e nascoste di un'esecuzione; dall'altra limita le scelte interpretative e di repertorio, come frutto di quell'appiattimento causato dalla convenienza delle scelte nei confronti del mercato, che ci ricollega a quanto detto in precedenza. Questa logica del mondo dell'industria culturale si esprime perfettamente nella musica cosiddetta “commerciale”, che risponde facilmente alle dinamiche di vendita ben individuabili, come la musica per film; il ruolo dell'autore ne risulta indebolito, in quanto la componente creativa ed estetica entra in secondo piano rispetto alla funzione – o destinazione d'uso – della propria opera: l'autore stesso predispone il frutto del suo lavoro ad essere riprodotto. Si frappone, tra l'autore e le sue attitudini creative, il diaframma di un processo creativo orientato all'opportunità economica per cui l'espressività viene predisposta come mezzo per il successo che altro non è se non l'adeguamento ad una moda e la ricerca di accondiscendenza verso il pubblico.

Il concetto di quantità modifica anche la dinamica del pensiero creativo, che passa da una dimensione che procede per associazioni ad una di mutazione senza soluzione di continuità, indotta dalla rapida successione degli oggetti nel tempo; ovvero si può definire, citando Bauman, un'arte – e una musica – *liquida*. Questa dimensione liquida è resa ancor più evidente con il fatto che, con le tecnologie digitali, il supporto diventa superfluo, in quanto la traccia musicale viene memorizzata sotto forma di dati; la sostanziale immaterialità permette una maggiore portabilità.

A questo punto ci si potrebbe chiedere come, superando il sistema della riproducibilità tecnica, l'autore si possa svincolare dal proprio straniamento, verso un nuovo concetto di autenticità. Gli stessi mezzi tecnici potrebbero aprire lo spazio ad una nuova concezione degli eventi musicali e della volontà espressiva individuale: l'interazione diretta consentita dal *Web* e dai *New Media* coinvolge artisti, musicisti e qualsiasi altro tipo di creatività creando comunità, favorendo lo scambio di idee e ispirazioni. La creatività sul web pone, almeno potenzialmente, tutti i componenti della *community* sullo stesso piano, favorendo un'interazione di carattere molteplice, collettivo e istantaneo; scompare, di fatto, l'autore unico e individuale e l'opera diviene cangiante e in continua evoluzione. Certamente non si può negare che la creatività individuale non sia del tutto scomparsa, in quanto il singolo autore continua ad avere una sua presenza e un suo spazio. Lo sviluppo tecnico dei software, delle piattaforme e degli strumenti di registrazione – che divengono economicamente accessibili – permettono anche a chi non ha conoscenze specifiche e tecniche in ambito musicale di affrontare un proprio percorso di espressione creativa, anche ad alti livelli: questo approccio si può riassumere nelle parole *Broadcast Yourself*. Una partitura classica sarà sempre valorizzata da un'esecuzione dal vivo, con tutti i rischi e il virtuosismo che essa comporta. L'unicità quantitativa del mondo della riproducibilità tecnica può dunque essere superata grazie alla tecnica stessa, un “pro-

dotto” dotato di istantaneità che va ben oltre il flusso della fruizione “passiva” del mondo della riproducibilità di massa. Non c’è dubbio che la forma musicale che meglio risponde a questi requisiti sia la forma aperta per eccellenza, quella dell’improvvisazione in tutti i suoi aspetti, le sue particolari strategie di notazione e possibilità di interattività live con tecnologie informatiche. Nell’epoca digitale è possibile cogliere un momento del processo della creazione dell’opera o catturare qualche traccia parziale della sua espressione, ma l’opera stessa è difficilmente riproducibile, perché si realizza solo nell’interazione tra autore, compositore e utente che diviene co-autore, in un flusso creativo in divenire. Questa è quindi l’epoca dell’irriproducibilità digitale, capovolgimento delle teorie di Benjamin, poiché l’opera d’arte torna ad essere oggetto unico ed irripetibile.

Bibliografia

- T.W. Adorno, *Introduzione alla sociologia della musica*, Einaudi, Torino 2002.
- T.W. Adorno, *Il fido maestro sostituito. Studi sulla comunicazione della musica*, Einaudi, Torino 1975.
- J. Attali, *Rumori. Saggio sull'economia politica della musica*, Mazzotta Editore, Milano 1978.
- W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 2014.
- U. Eco, *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano 2001.
- M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 2015.
- L. Savonardo, *Sociologia della musica. La costruzione sociale del suono dalle tribù al digitale*, Utet Università, Torino 2010.
- G. Turaccio, *Il dono del suono. Riflessioni per una poetica dell'ascolto, I linguaggi dell'organizzare. Musica e testo tra dono e disinteresse*, a cura di L. M. Sicca, Editoriale Scientifica, Napoli 2013.