

# WALKMAN

## 40 ANNI DI SPLENDIDA SOLITUDINE

di MASSIMIANO BUCCHI

Era il 1979 quando sugli scaffali di Tokyo compariva un piccolo parallelepipedo blu destinato a rivoluzionare il nostro modo di ascoltare la musica. Era stato voluto dal fondatore della Sony Akio Morita, che aveva detto: «Mi dimetterò se non ne venderemo almeno centomila esemplari». Negli anni ne sono stati venduti trecento milioni di pezzi. Oggi quell'eredità è stata raccolta dallo smartphone che soffre della stessa sindrome: l'isolamento dal mondo circostante, motivo del suo successo ma anche causa di qualche divorzio...

**T**okyo, 1979. Sugli scaffali dei negozi di elettronica compare un piccolo parallelepipedo blu. Tecnici e responsabili del marketing della Sony, la casa produttrice, hanno ripetutamente e inutilmente tentato di dissuadere il fondatore, Akio Morita, dal lancio di quel prodotto, a cui dopo qualche esitazione è stato dato il nome di "Walkman". Il mercato della registrazione audio è andato verso una crescente fedeltà e qualità sonora, gli hanno obiettato; perché il consumatore dovrebbe interessarsi a un registratore portatile a cassetta, e che per di più si può ascoltare solo in cuffia? Morita non cede. Anzi, dichiara che si dimetterà dalla presidenza se non se ne venderanno almeno centomila esemplari. Vince di gran lunga la scommessa. Nonostante il prezzo piuttosto elevato (trentatremila yen in Giappone, centocinquanta dollari negli Usa, circa cinquecento dollari di oggi), la Sony vende un milione e mezzo di Walkman del primo modello prodotto e due milioni e mezzo del secondo. Nel tempo le vendite totali dei diversi modelli (per ascoltare, dopo le cassette, cd e files mp3) supereranno i trecento milioni di unità.

Il clamoroso e largamente inaspettato successo del Walkman contiene una preziosa lezione sull'innovazione. A contraddistinguere le grandi intuizioni è infatti la loro capacità di interpretare (e accelerare) le rapide trasformazioni del costume e della società. Una nuova generazione urbana era pronta a rinunciare all'alta fedeltà nella registrazione, in cambio della possibilità di portarsi dietro la propria personale colonna sonora durante la giornata, negli spostamenti o in ambienti affollati e rumorosi. Fu una rivoluzione nel rapporto con la musica di cui avvertiamo ancora l'eco.

Con il Walkman la musica pop divenne flusso sonoro di accompagnamento delle attività quotidiane, dallo jogging ai viaggi in metropolitana, più simile al modello di fruizione del palinsesto televisivo che non del cinema o di altre forme espressive.

Il successo del Walkman prefigura però altre due «mutazioni antropologiche» che segnano massicciamente la contemporaneità digitale.

La prima è il matrimonio tra personalizzazione e condivisione dei contenuti. Il Walkman si prestava a contenere la propria compilation, ma anche a condividerla con altri: due uscite audio permettevano di sentire la musica tra le cuffie di due ascoltatori (la prima versione, oggi esempio di archeologia tecnologica sessista, indicava le due uscite come "guys" e "dolls"). Celebre la scena del film *Il tempo delle mele* (1980) in cui un ragazzo porge le cuffie di un Walkman a Sophie Marceau per farle ascoltare la loro canzone nel corso di una rumorosa festa.

La seconda è il multitasking, la simultanea fruizione di diverse finestre tecnologiche di cui è oggi intrisa la nostra quotidianità. Morita stupì i giornalisti, al lancio del primo Walkman a Yoyogi Park, mostrando due ciclisti in



tenti a pedalare in tandem ascoltando musica.

Prima del Walkman, ad ascoltare la musica con le cuffie erano quasi solo gli addetti ai lavori: tecnici audio, produttori discografici, musicisti, e al massimo qualche appassionato audiofilo. E men che meno si era visto qualcuno passeggiare o correre ascoltando musica con le cuffie. Si dice che una volta proprio lo stesso Morita rischiò di prendere una multa dalla polizia per aver attraversato la strada distrattamente, assorbito com'era dall'ascolto del suo Walkman.

Da allora le cuffie diventano un elemento caratteristico dell'armamentario quotidiano delle nuove generazioni. Che rimane anche quando il Walkman esce di scena, anzi diviene ancora più comune anche grazie alla diffusione degli smartphone che ne raccolgono l'eredità per l'ascolto della musica e allo sviluppo di nuovi modelli di cuffie più sofisticate, eleganti e senza fili.

Nel 2012 la vendita di cuffie aumenta del 30%. Qualche anno dopo, una ricerca sul pubblico giovanile rivela che il 53% utilizza le cuffie per almeno quattro ore al giorno. Per le riviste che si occupano di moda, le cuffie diventano un accessorio di tendenza con cui ci si distingue al pari di altri elementi dell'abbigliamento. Per i produttori discografici, un aspetto di cui tener conto quando si realizza un brano musicale. «L'uso delle cuffie, specialmente quelle scadenti che si vedono quasi sempre usare in giro, così come l'uso delle casse bluetooth, ha cambiato decisamente il

nostro modo di mixare e realizzare il master di un brano» ha spiegato alla rivista americana *New Yorker* Nick Sansano, produttore noto soprattutto per il suo lavoro con Sonic Youth e Public Enemy. «Dobbiamo tener conto del fatto che gran parte della nostra audience ascolterà il brano solo in quel modo».

Di che cosa ci parla dunque questa diffusione ubiqua delle cuffie? Da un certo punto di vista riflette inevitabilmente il desiderio di

autonomia e di controllo, di scegliere la propria colonna sonora evitando quella che potrebbe arrivarci dal mondo esterno. Ma fin dall'epoca del Walkman si comincia a discutere se l'uso delle cuffie rifletta una tendenza all'isolamento e alla disconnessione dal mondo esterno. «Isolarsi con la propria musica potrebbe essere considerato scortese»: così Morita spiegò la decisione di inserire due jack nei primi Walkman per ascoltare la musica almeno in due (e c'era anche un tasto per «chattare» tra ascoltatori abbassando la musica). Fece scalpore, nelle cronache del tempo, la notizia di un uomo costretto a vendere il Walkman per salvare il proprio matrimonio dopo l'ultimatum della moglie che non riusciva più a inserirsi tra lui e la sua musica. Nella ricerca già citata, oltre il 70% dei giovani ammettono di essersi rifugiati almeno una volta nelle proprie cuffie «per evitare di interagire con altre persone».

Oggi naturalmente cuffie e auricolari non sono usati solo per ascoltare musica ma per guardare film, ascoltare messaggi audio, giocare. Per isolarsi dal mondo fisico circostante ma anche per connettersi ad altri lontani. Il gesto di indossare le cuffie è divenuto un gesto automatico e abituale che moltissimi compiono appena salgono su un mezzo di trasporto o appena escono di casa (ammesso che in casa le tolgano), un po' come una volta si apriva un giornale o si accendeva una sigaretta. Un gesto che inevitabilmente ha conseguenze, forse non univoche, sul nostro modo di stare insieme. O per richiamare il titolo di un celebre saggio della studiosa di media Sherry Turkle «Insieme ma soli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### A Tokyo

Un Walkman gigante  
sulle strade di Tokyo  
ricorda il lancio  
del prodotto  
esattamente 40 anni fa



Peso: 62%