



presentazione del libro:

La cultura degli europei dal 1800 a oggi

Donald Sassoon

Pia Locatelli

20 febbraio 2009

LA CULTURA DEGLI EUROPEI DAL 1800 A OGGI

Pia Locatelli

presidente della Fondazione A.J. Zaninoni

Buonasera a tutti e grazie per essere qui. Come sempre, un rapido aggiornamento sull'attività della Fondazione, che è limitata in quanto sono trascorsi pochi mesi dall'ultimo incontro, tenuto l'11 novembre scorso con il professor Francesco Giavazzi sul tema "Finanza ed economia in crisi: quale futuro per il capitalismo?". Abbiamo pubblicato e spedito gli atti di questo convegno e dato un contributo all'Associazione per i Diritti degli Anziani di Bergamo per la pubblicazione di un opuscolo con elaborati sulla terza età realizzati da studenti della Scuola d'Arte "Andrea Fantoni", alla quale tutti pensiamo come una scuola che si occupa di arte, ma in realtà dà cultura generale e si allarga ad altri mondi, tra cui appunto quello degli anziani della città. Abbiamo poi stanziato un contributo ad una iniziativa che avverrà esattamente tra un mese, il 20 marzo, nell'auditorium di piazza della Libertà: è uno spettacolo teatrale dal titolo *Evoluti per caso: sulle tracce di Darwin. Pillole evoluzionistiche sciolte in un viaggio di sette mesi circumnavigando l'America del Sud assieme a studenti e docenti di otto università italiane*, durante il quale il "volgarizzatore scientifico e divulgatore per caso" Patrizio Roversi dialoga con Telmo Pievani, un giovane filosofo della scienza di Bergamo, e vi sollecitiamo a partecipare a questa iniziativa.

E veniamo a questo incontro con il professor Donald Sassoon, che non è nuovo a Bergamo essendo già venuto per la presentazione, organizzata dal Centro culturale NuovoProgetto, che come sapete è in qualche modo associato alla Fondazione Zaninoni, perché Jack ne era stato uno dei fondatori, di uno dei suoi libri, ossia: *La Gioconda. L'avventurosa storia del quadro più famoso del mondo*. Aveva affascinato tutti i partecipanti parlando per quasi un'ora di questa opera in un modo molto piacevole, molto spiritoso, lasciando a Bergamo un ricordo molto chiaro come autore e come raccontatore affascinante. Anche per questo l'abbiamo sempre tenuto presente, oltre che perché è membro del Comitato tecnico-scientifico della Fondazione Zaninoni, e aspettavamo l'occasione per riaverlo con noi con una sua nuova opera. Donald Sassoon non scrive tantissimi libri ma quando scrive produce opere robuste, robuste in tutti i sensi, non solo per la qualità del contenuto ma anche per lo spessore dei libri, infatti quello che ci presenterà questa sera è un libro di milleseicento pagine, ed è un resoconto storico-antropologico dell'evoluzione culturale europea a partire dall'inizio del 1800 fino ai giorni nostri. Confesso di non aver ancora letto tutto il libro ma solo una parte, però ho in qualche modo assistito al parto progettuale perché alcuni anni fa Donald Sassoon mi aveva informato di questa sua voglia di raccontare, di descrivere di fatto perché non è un'opera di estetica ma appunto un resoconto storico della cultura in Europa. Allora pensava di incominciare non dal 1830 ma forse un poco più in là e mi aveva spaventato l'idea che una persona avesse il coraggio di affrontare un'opera immensa, raccontare la storia della cultura di un secolo e mezzo, con tutto quello che è successo fosse anche solo negli ultimi cinquant'anni. Ero un po' intimorita e un po' preoccupata per lui perché temevo fosse un'opera immane che non sarebbe finita mai. D'altro canto Sassoon aveva dato già prova di coraggio quando aveva descritto in *Cento anni di socialismo. La sinistra nell'Europa occidentale del XX secolo* le vicende del socialismo in ben quattordici Paesi europei, e già era un tomo di mille pagine. Mentre scriveva quelle mille pagine di storia del socialismo aveva scritto il libro sulla *Gioconda*, così come ha scritto, mentre scriveva queste milleseicento pagine, un altro libro, che ha definito "molto

breve", solo centocinquanta pagine, su Mussolini. E ora sta già pensando ad un altro progetto. Io lo invidio tanto, perché non ho mai avuto il coraggio di scrivere nemmeno un libretto di trenta pagine, dato che mi sembra un'impresa colossale, e invece lui ha questa pazienza dello storico che raccoglie, sistema, organizza. Oggi ha detto che è una cosa molto piacevole da farsi perché scrivere questo resoconto storico e antropologico dell'evoluzione della cultura in Europa diventa un pretesto per lui per leggere moltissimi libri interessanti. Il problema poi è riuscire a sistemare come in un *puzzle* tutte queste notizie che raccoglie in questo libro che se lo leggerete troverete interessante. La cosa bella del libro, e che mi ha in qualche modo tolto la preoccupazione (è vero, lui è grande abbastanza e se la cava, però quando ci sono amici che si accingono ad un'opera grandissima uno teme che sia troppo faticoso), è che quando ho letto le prime pagine ho capito subito come il libro era impostato. Perché si apre con la descrizione di quello che succede il mattino nella metropolitana di Londra, di quello che fanno i londinesi – e i non londinesi, perché Londra è una città davvero aperta al mondo – mentre sono in metrò: c'è qualcuno che legge libri importanti, c'è qualcuno che legge i giornali, c'è qualcuno che legge un romanzo rosa, c'è qualcun altro che legge l'*Herald Tribune*, e questa descrizione rende chiarissimo il contenuto del suo libro, perché dà l'idea di questa multi-varietà, di come la cultura si diffonde, immediatamente ci dà uno spaccato di quanto è vario e quanto è diffuso il modo di acculturarsi in Europa, senza fare una divisione fra la cultura alta e la cultura bassa. Mi è poi piaciuto il fatto che è un libro ottimista, perché dà credito a tutte le forme di cultura, le descrive senza fare gerarchie ma mettendo in evidenza quanto mediamente siamo tutti più colti rispetto a cento anni fa. Le persone sofisticate e snob pensano che la cultura è soltanto una certa cultura, quella che piace a loro: niente di più sbagliato, e leggendo il libro di Donald Sassoon questo risulta con un'evidenza direi quasi plastica. Insomma: milleseicento pagine, ma è una lettura molto piacevole, molto discorsiva, tranquilla, e dà una ricchezza di informazioni che, io che ho letto soltanto le prime cento pagine, mi sono già sentita arricchita, penso che sarò ricchissima dopo milleseicento pagine. Sicuramente non annoiata. Come sono certa che non vi annoierete ascoltando ora Donald Sassoon.

Prima di dargli la parola, una brevissima nota biografica: Donald Sassoon è professore ordinario di Storia europea comparata al Queen Mary's College di Londra, si è formato studiando in Italia, negli Stati Uniti, in Francia, a Londra. Ha scritto diverse opere interessanti, sempre piuttosto robuste in tutti i sensi, ha finito da qualche tempo questo bel libro sulla cultura degli europei dal 1800 a oggi e si sta accingendo a scrivere un altro libro.

Donald Sassoon *

docente di storia europea comparata, Queen Mary College di Londra

Grazie Pia, grazie per darmi l'opportunità di essere ancora una volta a Bergamo e ancora una volta a parlare di un mio libro, che purtroppo è troppo lungo, lo riconosco, e vi dico che non è necessario leggerlo proprio tutto tutto quanto, dalla prima all'ultima pagina, è lecito saltare capitoli e leggere quello che si vuole'.

Mi propongo questa sera di descrivere nelle sue ramificazioni essenziali questo che deliberatamente non vuole essere un libro di estetica, appunto, non fa la lista dei libri da leggere, dei film da vedere, dei programmi televisivi, dei programmi radiofonici di qualità, è veramente un libro sui mercati culturali in Europa dal 1800 fino ai giorni nostri, dunque

* il professor Sassoon è intervenuto non sulla base di una relazione scritta ma a braccio, quella che segue è la sbobinatura della sua conferenza

due secoli. E non è neppure un libro su quello che gli europei hanno prodotto di cultura, ma soprattutto su quello che consumano e dunque anche la cultura americana, se consumata dagli europei, come lo è in modo di massa nel XX secolo, ha un suo ruolo abbastanza importante. Quello che a me interessava soprattutto era il rapporto tra quello che si legge, si ascolta, si guarda e le forme tecnologiche, come queste vengono trasmesse, come questa cultura viene venduta.

Le prime due parti, quelle che vanno dal 1800 al 1880, riflettono su come si poteva accedere alla cultura nell'Europa dei primi ottant'anni del XIX secolo. In pratica la cultura era o una cosa che veniva scritta, e uno la comperava e la portava a casa, un libro, per esempio, un giornale, uno spartito musicale, se lo portava a casa e uno leggeva il libro o suonava il pezzo sul pianoforte, oppure si poteva andare in un altro posto, in una sala di concerti, in chiesa per ascoltare musica, o a teatro dove si poteva vedere una rappresentazione teatrale. Non vi era altro modo di consumare cultura. E in questo senso nei primi ottant'anni del XIX secolo il consumo di cultura non è poi talmente diverso da quello che era nel secolo precedente, e cioè testi scritti, libri e rappresentazioni che si potevano andare a vedere.

Il 1800 è il momento in cui i ceti medi, la borghesia, cominciano a entrare nel mercato culturale e lo trasformano. Allora vediamo rapidamente (tutti hanno paura che se uno ha scritto milleseicento pagine deve parlare almeno quattro ore, ma tranquillizzatevi, cercherò di essere molto più succinto che nel libro) cosa voleva dire consumare un libro nel 1800. Prendiamo il Paese che allora era il più ricco d'Europa: la Gran Bretagna, prendiamo l'autore più famoso in Gran Bretagna verso il 1800-1820: Walter Scott, autore di *Ivanhoe*, che probabilmente è ancora noto in tutta Europa. Allora Walter Scott era il più global, era il Dan Brown dell'epoca, so che si rivolterebbe nella tomba a sentirmi dire queste cose, ma insomma era più o meno lì. Le sue edizioni erano tradotte in francese e dal francese venivano tradotte in molte altre lingue, e il genere suo del romanzo storico fu poi imitato al punto che quando qualcuno scriveva un buon romanzo storico la stampa del proprio Paese diceva "abbiamo il nostro Walter Scott"; quando Alessandro Manzoni scrisse *I promessi sposi* dissero "questo è il Walter Scott italiano", quando Puskin, il più grande scrittore russo, il padre fondatore della letteratura russa, si è messo a scrivere romanzi, tutti hanno detto "questo è il Walter Scott russo", Balzac voleva essere il Walter Scott francese. Dunque abbiamo un autore di quelli che non solo vendevano ma anche riuscivano a farsi imitare, e in più è anche l'autore talmente popolare che adesso si farebbero i film, e difatti si sono tratti molti film dai libri di Walter Scott. Nel XIX secolo il cinema non esisteva però c'era l'opera lirica e allora si facevano opere liriche sui libri di Walter Scott, alcune sono ancora molto note, di alcune nessuno si ricorda, ma furono 92 le opere liriche scritte nel XIX secolo basate sui libri di Walter Scott. Bene, prendiamo un suo libro e chiediamoci, perché io sono molto materialista, quanto costa. Nel 1815 un libro di Walter Scott costava 1 sterlina e mezzo, al cambio attuale, essendo la sterlina crollata, diciamo pure 1 euro e mezzo. Quanto guadagnava un artigiano in Scozia (Walter Scott era scozzese)? Guadagnava 15 scellini alla settimana, 15 scellini vuol dire 3/4 di sterlina. Il nostro artigiano scozzese, se avesse avuto voglia di comprare un libro di Walter Scott, avrebbe dovuto lavorare per due settimane per comperarsi un libro. Mi hanno detto che al giorno d'oggi un insegnante può guadagnare 400 euro alla settimana, più o meno, e dunque se dovesse spendere due settimane di stipendio per un libro, sono 800 euro. Il che vuol dire che il mio libro, piccolo intervallo pubblicitario, è un affare assolutamente straordinario, perché costa 45 euro ed è più lungo dei libri di Scott: un artigiano deve lavorare solo sì e no un'ora o due per questo libro, dunque non avete assolutamente scuse. Ora, anche per i borghesi 1 sterlina e mezza non era un prezzo basso. Un domestico guadagnava 10 sterline l'anno e, almeno in Inghilterra, i domestici sapevano

leggere e scrivere, così come i falegnami e gli artigiani. Ma anche per il borghese era difficile comperare un libro, e allora si crea un sistema di vendita del libro, si fa quello che abbiamo poi fatto noi con le video-cassette: essendo un po' care, le si dà in affitto. E comincia un'ondata sterminata di biblioteche dove si paga un abbonamento all'anno e si prende il libro in prestito. Questo vuol dire che il mercato del libro era un mercato che non andava dal produttore al consumatore diretto del libro, ma che passava dal produttore ai librai che davano i libri in prestito, ed erano loro che determinavano i gusti, che erano un po' come i distributori di film.

In tutto il libro cerco sempre di trovare legami tra i modi di diffusione della cultura nel XIX secolo e nel XX, sia perché è così, sia anche in polemica un po' nascosta con chi crede che è sempre tutto nuovo. Nel mondo ci sono le persone normali che dicono "to', c'è la rivoluzione, è tutto nuovo, non è mai successo prima" e poi gli storici, che sono personaggi noiosissimi, arrivano e dicono "no... questo era già successo prima, in realtà nell'Ottocento c'era questo e questo".

Ebbene, le biblioteche che davano i libri in prestito erano i veri padroni del mercato letterario all'epoca. E avevano capito un'altra cosa: se un libro è diviso in parti, più persone possono leggere lo stesso libro nello stesso momento. Se un libro di Walter Scott è diviso in tre volumi, io posso cominciare a leggere il primo volume, poi lo passo a un altro e mentre questo sta leggendo il primo volume io sono al secondo volume, dunque due persone possono leggere contemporaneamente lo stesso libro. Se si divide il libro in otto parti, otto persone possono leggerlo. E allora queste librerie volevano dei grossi volumi. Uno dei motivi fondamentali per cui il romanzo vittoriano è di solito di 500-600 se non 800 pagine non è perché gli autori avevano voglia di scriverle, ma era perché il mercato richiedeva loro che si scrivessero libri di grande spessore per potere dividerli. Il passo da lì a fare il libro a rate, cioè a fare un libro che esce in capitoli settimana per settimana e che può essere venduto e dunque comperato, era abbastanza facile. Quasi tutti i romanzi, importanti e non importanti, del XIX secolo escono così: a pezzi. E poi si scopre che dopotutto si può fare ancora di più, si possono fare riviste che propongono due, tre, quattro, cinque romanzi, sempre a pezzi, capitolo per capitolo. Ora voi sapete, perché avete tutti visto programmi *serials* in televisione, che bisogna assolutamente fare in modo che se uno ha cominciato a vedere una puntata abbia voglia di vedere la seconda, e dopo la seconda vedere la terza puntata. Se qualcuno compra il primo capitolo bisogna essere sicuri che il primo capitolo finisca in tal modo per il quale qualcuno vuole assolutamente leggere il secondo, e allora si crea un meccanismo, che è banale al giorno d'oggi nei *serials* della televisione, quello che si chiama il *cliffhanger* in inglese. *Cliff* è scogliera, *hanger* è quello che è aggrappato alla scogliera. Il nome viene da un romanzo molto più tardo, quasi della fine dell'Ottocento, un romanzo di Thomas Hardy, uno scrittore tristissimo, dove tutti muoiono di solito, o si ammazzano. In uno di questi romanzi c'è la protagonista che subisce la corte di Henry, Henry vorrebbe sposarla, lei veramente non vorrebbe sposarlo però è una brava signorina gentile e non vuole dirgli che veramente sta perdendo il suo tempo, non sa trovare le parole. Insomma: camminano vicino alla scogliera, il povero Henry inciampa, si attacca a una specie di cespuglio e rimane "*cliff hanging*", aggrappato alla scogliera. Il capitolo successivo comincia con un'abilità enorme da parte di Thomas Hardy perché, mentre noi vogliamo sapere cosa succede a Henry, si apre invece con una descrizione della campagna inglese a quell'epoca, del panorama, e sappiamo che la protagonista è andata a cercare aiuto, anche se in fondo se Henry cadesse questo risolverebbe tutta una serie di problemi, poi si pente di pensare una cosa talmente orribile perché non è una persona malvagia... insomma c'è tutta una cosa psicologica da parte di questa signora mentre Henry è lì, e anche il lettore si immedesima nel povero Henry (che, a proposito, viene salvato, è inutile leggere il libro per saperlo). Il

sistema del *cliffhanger* ha fatto sì che i romanzi, anche se erano di 800 pagine, erano comunque romanzi scritti in modo tale da far sì che il lettore sia avvinto non dall'intera trama, dall'inizio alla fine, come succederà più tardi con i romanzi gialli che si devono leggere tutti d'un fiato, ma che ci fossero delle storie che abbiano un senso interno proprio, che arrivino a una rapida conclusione e nello stesso momento si apre una nuova storia, sempre interna al romanzo.

Come ho cercato di spiegare, questi meccanismi venivano adoperati anche dalla stampa. La stampa all'inizio dell'Ottocento, anche in Gran Bretagna che era un po' la patria del giornalismo moderno, vendeva pochissime copie, non tanto perché la gente non era in grado di leggere, l'alfabetizzazione in Gran Bretagna era abbastanza avanzata nel 1820-30, il problema erano il costo e la distribuzione. E hanno presto scoperto che in realtà bisogna cercare di vendere non solo il giornale a chi vuole leggerlo ma bisogna anche vendere il lettore a chi vuole mettersi in contatto con i lettori, e cioè alla pubblicità. Naturalmente allora non c'era un mercato di grande consumo, però c'era chi voleva vendere una casa, voleva mettersi in comunicazione con altri, informare di spettacoli teatrali, e così via. Nasce la pubblicità, che fa in modo che si può vendere finalmente il giornale a un prezzo inferiore al costo effettivo di produzione del giornale. La differenza viene appunto dalla pubblicità. E dunque la stampa si ritrova in un doppio mercato, in cui si ritrova anche adesso, perché senza la pubblicità è difficile poter vendere i giornali.

Questo modello di vendita di cultura è stato poi adottato, molti anni più tardi, soprattutto negli Stati Uniti, per la radio e per la televisione. La radio e la televisione non esisterebbero – negli Stati Uniti, in Europa è un'altra storia – se non si fosse in grado di vendere il pubblico a chi vuole mettere inserti di pubblicità nei programmi. E' dunque una scoperta di grande importanza non solo per lo sviluppo della stampa ma anche per lo sviluppo di tutta una serie di prodotti culturali durante il XX secolo. Noi ci siamo abituati ad avere cultura che ci costa meno del costo per produrla: se ci pensate bene, abbiamo a nostra disposizione la radio e la televisione che, una volta pagato il canone di abbonamento, in pratica è gratis. Magari a voi non piace ed è per quello che siete qui invece che essere a casa a vedervi la televisione, ma questa è un'altra cosa. Ci sono ore e ore e ore di musica, di intrattenimento, di programmi che sono gratuiti. Se si passa poi a internet, si passa a tutto quello che si può vedere e fare con il computer, anche quello è sostanzialmente gratuito, si paga poco e ci sono gli sponsor di pubblicità che lo rendono possibile. Dunque lo sviluppo dei mercati culturali nell'Ottocento ha bisogno di uno sviluppo più vasto, uno sviluppo dei consumi, e dunque del capitalismo, il che vuol dire che la storia della cultura e la storia del capitalismo sono due cose assolutamente intrecciate, fanno parte della stessa storia.

Passiamo brevemente a un altro campo culturale, anche quello molto importante, che è quello del suono, della musica. Vediamo come il romanzo di diffusione, per una gran parte del XIX secolo, è principalmente inglese, ma è anche francese, io direi che è una specie di condominio fra Francia e Gran Bretagna. Gli italiani che leggevano romanzi all'epoca leggevano romanzi francesi, i russi leggevano naturalmente romanzi francesi, e anche inglesi, hanno letto Walter Scott, poi hanno letto Dickens e così via. Questi erano i grandi produttori/esportatori di romanzi. E poi, una volta che questi romanzi sono diventati popolari, l'imitazione: ognuno ha fatto le sue cose interne, e alcuni di questi sono poi diventati di grande successo e a loro volta c'è stata un'esportazione di Paesi che non sono la Gran Bretagna né la Francia. La musica invece è una cosa ben diversa, per una serie di motivi particolari i due Paesi che non erano Paesi unitari, che non erano ancora Stati-nazione ma che erano grandi, cioè l'Italia e la Germania, dominavano il campo della musica. Sostanzialmente la musica per strumenti, che sia sinfonica, quartetti d'arco, eccetera, era tedesca, cioè Austria e Germania, mentre la musica lirica era sostanzialmente

italiana. Questo era dovuto in parte al fatto che le origini delle composizioni musicali nel secolo precedente dipendevano molto dalle Corti e dalla nobiltà e un Paese come l'Italia, che aveva tante Corti, aveva anche tanti teatri musicali. Io guardo sempre al mercato: in Italia nel 1850, prima dunque dell'unificazione, c'erano 150 teatri dove si poteva vedere opera lirica, in tutta la Gran Bretagna ce n'erano solo 10, in Francia ce n'erano 60 o 70, un divario enorme. In tutta la Germania c'era un'infinità di luoghi dove uno poteva andare a un concerto e ascoltare musica. E' chiaro che nel 1820 un italiano che era bravo a fare composizioni musicali si sarebbe dedicato soprattutto all'opera: l'opera era prestigiosa, rendeva di più, pagava meglio e così via. Una sinfonia nota di un compositore italiano in tutto l'Ottocento non mi viene in mente, di opere liriche invece ognuno ha la sua lista, che è sterminata. E' quasi come dire: cosa vuole il mercato? il mercato italiano vuole l'opera lirica. Una volta che si impone questo, l'opera lirica diventa come una specie di *brand name*, cioè anche gli stranieri vogliono l'opera italiana, perché l'opera vera è solo italiana, poi ci sono anche i francesi, ci sono anche altre nazionalità, ma è soprattutto una cosa italiana. Tant'è che quando il povero Wagner fu finalmente introdotto in Gran Bretagna la gente non voleva andare ad ascoltarlo perché era in tedesco, lingua assolutamente insopportabile per l'opera lirica, e traducevano Wagner in italiano. La prima rappresentazione delle *Valchirie* in Inghilterra era in italiano, perché quella era lingua del bel canto. E' un po' come il fatto che per molti anni la gente voleva libri gialli che fossero ambientati a Londra, New York o San Francisco, oppure Parigi (per Simenon). I libri gialli devono essere in un certo posto, un giallo ad Abbiategrosso non funzionava, ce ne sono stati di gialli ad Abbiategrosso, devo dire, ma molto meglio Londra, lo smog, i poliziotti. Nell'Ottocento c'era un *branding* dunque per cui le varie culture europee si scambiavano le loro cose tra di loro e v'erano naturalmente gli adattamenti. Ora, se qualcuno riesce a fare una cosa che piace non solo al suo pubblico ma che è anche possibile che piaccia a degli stranieri, comincerà a pensare a cosa deve fare per essere sicuro che le sue cose piacciono agli stranieri. Ho fatto una lista di tutte le opere dei principali italiani: Rossini, Donizetti, Bellini, Verdi, Puccini, ossia i cinque grandi che vanno dalla fine del Settecento fino agli inizi del Novecento, ho guardato in quale Paese l'opera è situata, e ci si accorge che fanno tutti parte di una strategia di mondializzazione dell'opera. Cominciano con un'opera ambientata in Italia, *La battaglia di Legnano* per Verdi per esempio, e poi man mano cominciano ad adoperare temi che sono invece più internazionali, meno italiani, Shakespeare, *Don Carlos*, Puccini: *Fanciulla del West*, Rossini prende da Beaumarchais. Che lo facciano consciamente o no, non ho la più pallida idea, ma il fatto è che questo diventa un prodotto fabbricato non solo per un mercato nazionale ma per un mercato internazionale. E difatti vincono, perché la musica di Verdi va anche in America Latina, va anche a Cuba, e finalmente va anche negli Stati Uniti. Puccini poi lo sa che gli Stati Uniti sono il prossimo grande mercato per l'opera lirica e difatti ambienta sue opere proprio negli Stati Uniti, o in *Madame Butterfly* addirittura l'Italia non c'entra più nulla, ci sono il Giappone, gli americani, siamo già in un altro mondo. Dunque, anche se la musica viaggia più facilmente del testo scritto, quando si passa a una cosa che è testo e musica, dove c'è una storia che è musicata, anche lì c'è un desiderio di adattarsi a quello che in realtà è il mercato vero.

E arriviamo così alla vigilia di quella che io chiamo una vera e propria rivoluzione culturale, una vera e propria rivoluzione dei sistemi di distribuzione della cultura. Questa rivoluzione non è quella di oggi ma è successa tra il 1880 e il 1910-20, in quei trent'anni è cambiato tutto. Per prima cosa si è inventato il giradischi, il fonografo, prima il cilindro e poi il disco piatto. Per la prima volta nella storia dell'umanità per ascoltare un pezzo di musica non era più necessario andare in un posto e ascoltarla, non era più necessario imparare o, come di solito si faceva, obbligare la povera figlia a suonare il pianoforte, comperare il pianoforte,

lo spartito, eccetera eccetera per far suonare il pianoforte, si poteva comperare una cosa, un *hardware* si direbbe oggi, cioè uno strumento che da solo non serve assolutamente a niente, inserire in o su questo strumento un programma, perché il disco in pratica è l'equivalente di un programma di computer, e avere nelle proprie mani un pezzo di musica che si poteva ascoltare più volte, non solo, ma quando si voleva, tutta la notte, tutti i giorni, in continuazione. Naturalmente c'erano dei limiti, soprattutto per i primi dischi, un disco allora durava 3 minuti e poi i dischi non erano tecnicamente adatti per tutta una serie di suoni, per esempio una sinfonia non andava molto bene perché le note più basse e quelle più alte non riuscivano a registrarle, dunque nei primi dischi la voce umana era quella che in fondo andava meglio. E poi vi rendete conto, la *Nona* di Beethoven, anche a farla in fretta, in meno di un'ora e 20 minuti è difficilissimo, anche di tutta furia, di solito un'ora e mezza, Karajan credo un'ora e 40, se la fate in dischi di 3 minuti dovete stare lì, girare il disco, ascoltare un altro pezzo, altro disco, insomma non funziona assolutamente. Anche l'opera è lunga, però era divisa già di per sé, c'era il recitativo e c'era l'aria, e l'aria per fortuna era di solito di 3-4 minuti, andava benissimo in un disco. Il cantante più famoso all'inizio del Novecento era Enrico Caruso. La tecnologia era allora nelle mani degli inglesi, anche se il primo disco è americano, ma la prima grossa compagnia che aveva intenzioni mondiali era la Gramophone Company, che aveva un direttore che era un genio della tecnologia, Fred Gaisberg. Fred Gaisberg andò a Milano, si mise in contatto con Enrico Caruso, che allora era alla Scala, e gli propose di incidere una decina di arie. Caruso disse: "No, io non voglio incidere queste arie, perché mi toglierei il mio pubblico: perché dovrebbero andare ad ascoltare me quando possono tranquillamente starsene a casa ad ascoltare questi dischi?". Caruso fece un ragionamento che non era sbagliato, o meglio era sbagliato ma aveva una sua logica e cioè l'idea che c'è una concorrenza tra i vari tipi di diffusione della cultura, e se uno inventa il cinema il teatro sparisce, se uno inventa la televisione i film spariscono, viene internet e non ci sono più i libri, questo tipo di lamentele si ripetono per tutta la storia della cultura. Gaisberg gli offre 100 sterline. Allora 100 sterline era uno stipendio di un anno di un impiegato, insomma era molto. E allora Caruso risponde "Beh insomma, 100 sterline non è male, poi per una mezza giornata che sto nello studio, canto e poi torno alla Scala, perché no?". Quando Caruso morì, aveva ricavato 2 milioni di sterline dai diritti dei dischi che aveva inciso. Era la più grande *popstar* dell'epoca, in proporzione al mercato di allora era come i Beatles, i Rolling Stones, Michael Jackson e così via. Poi Fred Gaisberg andò in India, fece un lungo viaggio in Asia perché volevano vendere il giradischi, l'*hardware*, ai ceti medio-alti di questi Paesi e pensavano che questi ceti avrebbero comprato i giradischi solo se ci fossero dei dischi con le canzoni loro. E arrivava in un posto, prendeva i cantanti del luogo, incidevano, poi fabbricavano questi dischi. In realtà i ceti medio-alti indiani di Calcutta, di Mumbai – Bombay come si diceva allora – erano occidentalizzati, e volevano Caruso. E dunque si creava la prima grande globalizzazione della musica, perché era possibile farlo: loro sapevano che c'era l'opera, però a Mumbai veniva una volta all'anno, era difficile vederla, il giradischi dava loro la possibilità di ascoltare tutto ciò di cui avevano letto sui giornali. E dunque l'invenzione del grammofono è assolutamente una cosa straordinaria, epocale, ed è la prima grande invenzione della grande rivoluzione culturale tra il 1880 e il 1920.

La seconda grande invenzione ovviamente è il cinema, 1895 la prima rappresentazione in un caffè a Parigi. Sono andato a cercarmi cosa dicono i giornali di questa prima rappresentazione: nulla. Il *Times* non ne parla, eppure una settimana dopo l'avevano fatto vedere assolutamente uguale a Londra. Dopo un mese si accorgono che è successo qualcosa e scrivono: "Ci sono delle cose simpatiche, si vede la gente che si muove... ma non può durare". Per un anno ancora il *Times*, con la lungimiranza che ha sempre avuto, non capisce assolutamente che il mondo della cultura è cambiato completamente. Eppure:

dicembre 1895 il cinema nasce a Parigi, arriva a Londra a gennaio, entro i primi sei mesi del 1896 è arrivato in Messico e in India, dunque ha fatto un viaggio assolutamente straordinario, tutti volevano vedere cosa erano queste cose. Anche lì c'è il problema della tecnologia: con le prime bobine si poteva fare un film di 1 minuto e mezzo e poi bisognava cambiare la bobina. Poi si arriva a fare un film di 10 minuti e il minimo per una storia sono almeno 5-10 minuti. Il pubblico all'inizio era impressionato perché vedeva gente che si muoveva, un po' l'effetto circo: vedere una cosa strana. Però non c'era ancora una storia vera e propria, la storia comincia quando il film può durare 5-10 minuti. Fino a quando, in Italia fra l'altro, si riescono a fare film di un'ora e mezza, tipo *Cabiria* del 1909-10, uno dei primi *colossal* con centinaia di comparse nella Roma antica. Queste erano le cose che funzionavano bene anche allora: i faraoni, Roma antica, queste vicende fantastiche di un'altra epoca.

E poi bisognava trovarsi delle idee. Perché mentre il romanzo viene fatto in questo modo: c'è qualcuno che se ne sta chiuso da solo in camera e scrive un romanzo, quando l'ha finito, e dunque quando ha assorbito tutti i costi di produzione del romanzo a spese sue, lo porta da un editore dicendogli di aver scritto un romanzo meraviglioso, l'editore prende il romanzo, comincia a leggerlo e c'è "it was a stormy night", qualcosa del genere "era una notte buia e tempestosa", dice "no" e lo butta via, e così fino a quando ne sceglie uno che sembra funzioni, e solo a questo punto c'è il rischio da parte dell'editore di pubblicare una cosa che magari non si vende. Ma nel film non si può fare così, il prodotto filmico già costa ed è fatto da parecchi personaggi, ci sono gli attori, c'è il regista, ci sono i cameramen e così via. E allora per fare un film bisognava trovare un soggetto che piacesse alla gente, un soggetto di cui si è sicuri. Ora, una delle regole fondamentali dei mercati culturali è che non si sa mai quello che piacerà, però si sa quello che è piaciuto, e allora si dà alla gente quello che le era piaciuto prima, ma non può essere esattamente quello che le era piaciuto prima, cioè non si può ridare esattamente lo stesso romanzo. Se alla gente è piaciuto *I promessi sposi*, non gli si può ridare *I promessi sposi*, perché l'hanno già. Però ci si può chiedere cosa c'è nella storia dei *Promessi sposi* che piace: uno che vuole sposare una e però il matrimonio è difficile da fare, in fondo non l'aveva neanche inventato Alessandro Manzoni questo, c'erano *Romeo e Giulietta*, le fiabe... Si prende questo e lo si adatta al cinema. Il cinema ha immediatamente cominciato a saccheggiare tutto il repertorio del romanzo e soprattutto del melodramma del XIX secolo. Prima dopotutto era l'opera lirica che adattava dal romanzo, adesso era il film.

Questa è una delle tesi fondamentali: la cultura è conservatrice, avanza piano piano, deve innovare ma non può innovare troppo. Chi vuole innovare molto sono le avanguardie culturali, loro prendono tutti i rischi, cominciano e fanno cose che sconvolgono tutto quello che è il passato. Il 99% di loro fallisce, muoiono poveri naturalmente, di solito, perché è così per le avanguardie, però gli altri ripescano quello che è di successo e lo riadattano a un gusto più generale, più popolare, più normale. Si procede in questo modo, conservazione/innovazione, e bisogna sempre stare attenti a innovare ma non troppo, e a non conservare troppo, se no il mercato rimane statico. Questa è una cosa che funziona soprattutto in cultura, forse funziona anche in politica, non lo so. Invece non funziona per altre cose: se voi avete scoperto la coca-cola ed ha successo, la gente vuole esattamente quella, perfino la bottiglia, la vuole in quella bottiglia per sempre. E si ripete, una cosa di successo, esattamente uguale e identica. Ma non così con la cultura, per la cultura bisogna dare qualcosa che è un pochino nuovo.

Il cinema, che comincia non sapendo se essere *fiction* o non *fiction*, perché ci sono più documentari all'inizio che storie di *fiction*, diventa principalmente soprattutto uno strumento per fare *fiction*. E lì abbiamo veramente una cosa straordinaria: diverse persone in diversi Paesi possono guardare esattamente la stessa cosa, una copia quasi

identica di qualcosa, in momenti diversi della giornata, non c'è bisogno di aspettare che arrivino gli attori perché gli attori sono già incisi. E' come il disco, esattamente l'invenzione parallela al disco. Con il vantaggio che era muto, e dunque le barriere linguistiche non esistevano, perché bastava tradurre le didascalie: in mezzo all'azione si interrompeva la visione e c'era "aiuto!" (come se non si capisse che lei sta urlando aiuto), c'era l'azione muta del film che ogni tanto, ma raramente, il più raramente possibile, veniva interrotta da scritte, che si potevano cambiare quando si passava da un Paese all'altro. Questo ha fatto sì che per esempio per dieci anni il cinema danese sia stato uno dei più forti al mondo, perché non era necessaria la lingua. Le storie erano più o meno quelle della tradizione della cultura europea dell'Ottocento.

Una nuova tecnologia ci dà anche nuove professioni e dà anche aperture enormi. E' vero che il cinema muto era muto, ma in realtà non lo era proprio completamente, c'era la musica. Naturalmente la musica non faceva parte del film e dunque in realtà il cinema muto era fino a un certo punto cinema, perché il momento relativamente interpretativo era nelle mani di chi accompagnava con la musica il film. Nelle grandi sale delle grandi città c'era un'orchestra intera, nelle piccole sale di piccole città c'era solo un pianoforte, e molto spesso le ditte di distribuzione dei cinema davano istruzioni a chi voleva fare l'accompagnamento. Se per esempio c'era una cosa con un torero, Bizet andava subito, l'*ouverture* del *Guglielmo Tell* di Rossini ben presto diventò assolutamente di rigore per qualsiasi film western. C'era una serie di momenti musicali che accompagnavano momenti filmici, tant'è che ormai noi siamo talmente educati a sapere che cos'è che ci basta anche ascoltare la musica per sapere che è un film dell'orrore in cui tra pochi secondi la poverina verrà azzannata da Dracula, perché ci sono ormai suoni che fanno parte del nostro retroterra culturale. E dunque abbiamo questo sistema musicale che è parallelo al sistema filmico. In più abbiamo anche il fatto che il cinema bisogna proiettarlo a mano e non era vero che era sempre a strattoni come quando vediamo Stanlio e Ollio, dipendeva dalla tecnica del proiettore e difatti tutti sapevano che mai andare al cinema il venerdì sera all'ultima rappresentazione perché quello era stanco e andava in fretta per poter tornare a casa, il film di un'ora veniva ridotto a 50 minuti perché era stufo dopo tutta una giornata. Abbiamo dunque il grammofono e il cinema, e abbiamo anche l'inizio straordinario di un'altra cosa, la radio: la trasmissione di voce fuori dal raggio d'ascolto del ricevente. E' vero che l'invenzione non diventa cultura, cioè non diventa radio, fino al 1920, quando le prime trasmissioni si fanno a Pittsburgh – tra l'altro questa è una delle prime cose che vengono immediatamente sviluppate dagli americani – ma comunque la tecnologia c'era. E lì abbiamo – e siamo adesso arrivati al post 1920 – una serie di fenomeni. Il primo, e forse il più importante: il fatto che gli Stati Uniti cominciano a esportare cultura. Nel XIX secolo gli Stati Uniti non esportavano cultura in Europa, i *bestseller* in Europa che erano americani erano alla fine quattro o cinque, *La capanna dello zio Tom* è forse il più noto di tutti. Gli americani importavano cultura, importavano i romanzi, soprattutto quelli inglesi, importavano la musica, l'opera lirica, non c'era tanta esportazione di cultura americana. Nel XX secolo invece le parti cambiano. In più gli Stati Uniti sviluppano un sistema di media che è ben diverso da quello dell'Europa. Quando si sviluppa il sistema di emissioni radiofonico, la cosa più difficile è che questo è un sistema che non si può far pagare all'utente. Mentre si fa pagare il disco, il libro, si va a teatro e si paga il biglietto, con la radio l'unica cosa che si può fare è vendere un apparecchio, di nuovo l'*hardware*, e naturalmente nessuno lo comprerebbe se non ci fossero dei programmi, ma far pagare per programma è impossibile, non c'è un sistema, è solo da poco che si potrebbe fare. Chi faceva i programmi erano naturalmente i fabbricanti di radio, per invogliare la gente a comperare la radio, le prime Compagnie che facevano programmi erano in realtà quelle che fabbricavano le radio. Negli Stati Uniti fu deciso che l'unico modo per rifarsi delle

spese di fare i programmi era la sponsorizzazione privata, e dunque la pubblicità. La pubblicità si può fare ma solo a certe condizioni: intanto occorre che il mercato sia abbastanza ampio e in secondo luogo occorre che ci sia già una certa società dei consumi, perché si può solo fare pubblicità se la cosa si può trovare poi, è inutile fare pubblicità su una cosa che non si può trovare, e anche le cose di cui si fa pubblicità bisogna che siano più o meno uguali al mercato nazionale. Per poter dire "dovete comprare il sapone "XXX" che è di gran lunga migliore degli altri" occorre che in tutto il territorio coperto dalle trasmissioni questo sapone sia rintracciabile facilmente.

Gli Stati Uniti avevano un grosso mercato, perché la popolazione era molto più ampia di quella di qualsiasi altro Stato europeo, parlavano tutti la stessa lingua, dunque ascoltavano tutti lo stesso programma, e dunque potevano affidarsi alla pubblicità. Ma i mercati nazionali europei erano troppo piccoli per contare esclusivamente sulla pubblicità. E lì interviene lo Stato. E' una cosa molto strana, perché dopotutto nel XIX secolo lo Stato non stampava i giornali, non si intrometteva nell'editoria, sì certo corrompeva i giornalisti, si faceva corrompere, ma queste sono cose normali, si fanno probabilmente anche oggi, ma non c'era la stampa dello Stato, se non un bollettino che dava la lista delle leggi, l'editoria non era nelle mani dello Stato. E però tutto a un tratto i sistemi di diffusione radiofonici diventano molto rapidamente di proprietà dello Stato. E poi più tardi la televisione in tutta Europa, sia comunista sia non comunista, è di proprietà dello Stato e lo rimane per tutta una serie di anni, per molti anni in alcuni casi, almeno dieci, venti, trent'anni, fino a quando questo sistema si allarga a dismisura con i risultati di cui siamo al corrente oggi, cioè una serie di canali eccetera. Ora, per invogliare la gente a comprare delle televisioni, bisogna fare programmi che piacciono alla gente. Dal punto di vista dello Stato, bisogna fare programmi che facciano bene alla gente, se lo Stato è un po' paternalista, cioè cose che educano la gente, oppure fare programmi che aiutano i politici. Insomma, bisogna fare programmi che, come avrete capito, divertenti non sono. Però se si fanno programmi noiosi non si vendono i famosi apparecchi. E dunque l'obbligo era intrinseco nel servizio che si dava, bisognava, se volete, fare anche propaganda, però non si poteva fare solo propaganda. Ho guardato quello che si trasmetteva alla radio in Unione Sovietica negli anni Trenta, proprio al massimo di Stalin, beh, alla fine di politica non ce n'era tantissima, circa il 5-6%, il resto era musica, musica folcloristica, musica classica, storie, divertimento, e così via. Perché si può proibire alla gente di ascoltare certe cose, ma non si può obbligare la gente ad ascoltare le cose che non vuole, e allora bisogna dare un incentivo e poi infiltrarci su le cose che si pensano. Dunque il mercato funzionava anche all'interno di un sistema di diffusione nelle mani dello Stato, non si poteva dimenticare questo: si possono bloccare le cose ma non si può obbligare la gente a consumare le cose.

E così arriviamo a una specie di definizione dei processi di trasformazione della cultura esaminandola da un punto di vista particolare e soprattutto dal punto di vista del mercato, di come appunto si formano queste cose prendendo sempre di mira la cosa principale, e cioè che alla fin fine la cultura, sarà una cosa bella, possiamo essere romantici fin che si vuole sui valori, ma alla fine occorre che qualcuno la compri e che qualcuno venga pagato per produrla. E mi sembra che su questa nota bassamente e volgarmente materialista e mercenaria posso concludere.

Pia Locatelli

Anche noi siamo materialisti e mercenari e "sfruttiamo" la presenza qui di Donald Sassoon facendogli domande.

Donald Sassoon si era impegnato a parlare per quarantacinque minuti, essendo andato

oltre di cinque minuti, secondo me ha un po' troncato e ci ha fatto perdere la seconda parte del XX secolo. Eventualmente aggiungerà.

Lorenzo Longhi Zanardi

Ho ascoltato affascinato l'esposizione dell'oratore. Mi permetto di richiamare un altro aspetto della divulgazione culturale alla fine dell'Ottocento, che ho avuto modo di vedere nello studio di un mio prozio, pure lui avvocato, che è vissuto in quell'epoca. Mentre fino ad un certo punto le opere d'arte dei grandi artisti erano di proprietà del re di Spagna, del re d'Inghilterra, di grandi case nobiliari e quindi erano accessibili a pochissime persone appartenenti a quelle cerchie, salvo quelle diffuse nelle chiese che erano accessibili a tutti i fedeli che le frequentavano, a un certo punto dell'Ottocento, che io non so datare, si è diffusa la cromolitografia, o altri procedimenti di riproduzione meccanica, che consentivano a vastissime cerchie di persone di avere in casa la *Gioconda* di Leonardo, o il *Cenacolo* o anche solo mazze di fiori di autori molto secondari che però servivano a rallegrare le pareti. E anche questo secondo me è stato un balzo in avanti che è avvenuto pressappoco in quell'epoca.

Gianluigi Della Valentina

Di sicuro la risposta la troverò nel libro, ma, a dispetto di quello che dice Pia Locatelli, domani mattina non riesco ad arrivarci, nonostante tutta la buona volontà, quindi la domanda la faccio. Ho inseguito un po' nel suo discorso, oltre alle cose affascinanti che lei diceva, una sorta di percorso geografico, perché lei ha parlato di *Ivanhoe*, ha parlato dell'Inghilterra, dell'Italia, la Francia, la Danimarca ed è arrivato a Puskin... le coordinate spaziali della cultura degli europei. Allora la domanda è sui confini: quali confini lei si è dato, e naturalmente sottesa a questa c'è l'altra domanda sulle ragioni della sua scelta. Grazie

Donald Sassoon

Mi dispiace non poter rispondere, ma sui confini geografici dell'Europa la decisione è politica, alla fine. Dove comincia e dove finisce? Si può fare pressappoco: la Russia dentro sì, la Turchia fuori. Ma anche questa è politica, la Turchia dopotutto è stata in Europa per un periodo molto lungo e ha avuto delle conseguenze. Tra l'altro io né definisco cultura né definisco Europa, finora me la sono cavata e vorrei continuare a evitare di definire. Anche nel libro sul socialismo non ho definito il socialismo.

La prima domanda è assolutamente valida, perché è chiaro che i progressi tecnologici riescono a far sì che cose che erano nelle mani di pochi sono nelle mani di molti. Il libro, che costava due settimane di lavoro di un artigiano, ora secondo me con un'ora di lavoro allo stipendio minimo si può comprare. E dunque in un certo senso l'intero sistema culturale, anche quello dei prodotti d'arte, diventa più democratico. Io non ho trattato nel mio libro l'arte perché ho voluto dedicarmi solo alle cose che si possono riprodurre, e dunque la grafica sì, i poster, le illustrazioni, tutto questo, ma la storia della vendita di opere d'arte non l'ho fatta per due motivi: perché l'opera d'arte è per definizione una cosa unica, anche se imita un'altra è sempre e comunque un pezzo unico, in secondo luogo perché il 90% del mercato d'arte è un mercato che ha anche fini speculativi, pochi comprerebbero certe opere d'arte nella certezza che queste diminuiscono di valore la

settimana dopo, mentre noi tranquillamente compriamo un libro sapendo benissimo che il suo valore sarà diminuito, perché usato, la settimana dopo e questo non ci blocca. Anche se è probabile che chi compra un Damien Hirst o un Picasso gli piaccia, perché non spende 20 milioni di dollari per una cosa che non gli piace, però non lo comprerebbe se qualcuno gli dicesse che dopo una settimana varrà 10 milioni. Dunque non ho parlato di questo mercato culturale. Se no il libro sarebbe stato di 2 mila pagine, anche.

Silvana Tacchio

Mi spiace che abbia interrotto sull'attualità, forse ci vuole un altro incontro, forse è un modo per creare aspettative...

Donald Sassoon

il libro arriva all'iPod, c'è internet, c'è il web, c'è l'iPod

Pia Locatelli

l'ha fatto apposta per farci comprare il libro!

Donald Sassoon

ma sì, non vi dico tutto, dovete comprarlo!

Silvana Tacchio

Vorrei fare una domanda un po' provocatoria, nel senso che lei ha parlato molto di consumo culturale, però è anche vero che oggi la tecnologia aiuta molto anche a produrre cultura, non solo a consumare...

Donald Sassoon

i due momenti sono intrecciati

Silvana Tacchio

...però mi sembra che l'aiuto della tecnologia, internet, riuscire a costruire, l'architetto che usa McIntosh e produce arredamenti, e così la musica, imparare lo strumento e poi fare costruzioni, cortometraggi, l'uso delle fotografie... quindi non è solo un fatto di consumo ma anche di produzione. Secondo lei, che si è dichiarato ottimista, oggi il consumo e la produzione culturale rendono più liberi o più conformisti?

Donald Sassoon

L'aumento di consumo culturale è intimamente legato alla moltiplicazione del tempo libero, almeno per come parliamo di cultura qui. Per consumare cultura bisogna avere tempo. All'inizio del XIX secolo le persone andavano a lavorare a 10 anni e morivano a 55, e dunque passavano l'intera vita a non consumare cultura, se non quando andavano in chiesa, una cosa abbastanza rara. Oggi, parlo almeno dei Paesi privilegiati come i nostri, pochi lavorano prima dei 20 anni e anche quando lavorano hanno tutto il sabato e la domenica a loro disposizione, che sono cento giorni all'anno più anche due o tre settimane, quattro, sei in alcuni Paesi, di vacanza, poi vivono fino a 80 anni, in media, e vanno in pensione a 60 (in Italia forse a 45, mi hanno detto, adesso non esageriamo ma insomma...). In pratica: lavorano poco per 40 anni e hanno gli altri 40 dove consumano

cultura, all'infinito. Questa è assolutamente una novità straordinaria che è la base vera dell'espansione dei mercati culturali, proprio il fatto del tempo libero. Secondo me questo è progresso. Se si vuol mettere da una parte il bambino che va in miniera a 10 anni e muore a 55 e dall'altra parte i bambini che vanno in giro con l'iPod, beh, è meglio adesso, su questo non ho assolutamente il minimo dubbio.

Sul conformismo: di gran lunga era più conformista la società del 1800, facevano tutti esattamente la stessa cosa, si vestivano tutti esattamente allo stesso modo, meno alcuni fortunati aristocratici, andavano tutti nella stessa chiesa, ascoltavano tutti nella chiesa la stessa musica, quando leggevano leggevano tutti le vite degli stessi santi, opuscoletti di dieci pagine. Adesso un ragazzo di 12 anni può ascoltare la sua musica che prende dal computer da una serie di migliaia di migliaia di migliaia di canzoni ed è unica, se la porta per sé – cosa che è cominciata con il Sony walkman – e fa quello che è individuale. Certo, ad alcuni di noi può sembrare una cosa conformista, perché non sappiamo le differenze tra i vari tipi di musica, ma per quelli che li consumano non è così. Quando con i miei studenti si discute di mercati culturali, le grandi liti tra di loro sono su posizioni musicali che per me sono tutte la stessa roba. Non lo dico ai miei studenti perché voglio far credere loro che io sono invece *cool*, ma per me in realtà è esattamente la stessa cosa. Per me loro sono conformisti, per loro invece le differenze è come la differenza per me tra Mozart e Beethoven: lampante, ovvia, chiara. Dunque c'è molto meno conformismo oggi di ieri.

Romano Bonadei

Cosa ne pensa della proprietà intellettuale, che sarà uno dei problemi dell'evoluzione futura? Questi momenti di crisi stanno portando grandi rivoluzioni in ogni senso e anche la proprietà intellettuale subirà qualche grossa variazione. Lei cosa ne pensa?

Pia Locatelli

Ti chiederei un'aggiunta su chi ha pensato per primo ai diritti d'autore, di cui oggi mi hai parlato.

Donald Sassoon

Sì, ho anche scritto qualcosa su *Il Sole24ORE*, perché quest'anno è il duecentesimo dello statuto della regina Anna, del 1709 appunto, che stabilisce per la prima volta il criterio del *copyright*, dei diritti d'autore. A Venezia c'era già da prima l'idea che le invenzioni scientifiche dovessero essere protette. Dunque più o meno due modi di protezione della proprietà intellettuale erano cominciati con grandi società commerciali, come appunto la Venezia del 1500 e la Gran Bretagna del XVIII secolo.

Io naturalmente non so la risposta su quello che succederà della proprietà intellettuale e devo dire che non mi rincresce minimamente non avere la risposta perché intanto non ce l'ha nessuno, poi se la sapessi l'avrei già venduta alle grandi società di dischi, che sono in una crisi continua, perché la rivoluzione tecnologica è stata talmente veloce che non sanno più esattamente come fare per proteggere i diritti d'autore. Prima era abbastanza semplice: si vendeva un disco e nel prezzo del disco c'era il diritto d'autore, si vendeva un libro e lì c'era già il diritto d'autore. Poi si sono inventate le macchine fotocopiatrici, ma nessuno sta lì a fotocopiare un intero libro, sì lo facciamo all'università, ma insomma Dan

Brown nessuno lo sta a fotocopiare. Poi sono stati distribuiti i registratori a buon mercato con le cassette e lì è cominciato il guaio dal punto di vista delle Case discografiche perché qualsiasi persona poteva registrare, ma le cassette avevano comunque dei problemi, si poteva registrare solo la cosa intera, per trovare la canzone che a uno piace in mezzo bisognava stare lì a cercare, a provare... Poi è arrivato il cd, la gente ha buttato via le cassette, il cd era un po' un ritorno e si sono tranquillizzate, fino a che si è arrivati a far sì che qualsiasi persona può copiare un cd. E lì comincia il problema: come proteggere i diritti d'autore. Su questo ci stanno lavorando, stanno cercando di fare contratti con i vari sistemi di *downloading*.

Che cosa forse succederà? E' una speculazione e io di solito scrivo cose sulle quali sono certo, adesso però se mi permettete faccio dei tentativi di previsione. Noi siamo passati da un mondo dove non eravamo proprietari della musica, perché quasi tutta la musica la andavamo ad ascoltare in una sala di concerti, in chiesa, eccetera, ad un mondo dove eravamo proprietari della musica, eravamo proprietari dei dischi, erano le nostre cose, così come siamo proprietari dei libri: li abbiamo, li mettiamo sullo scaffale. Ci è ancora rimasto lo sfizio di essere proprietari, perché se a me piace la *Nona* di Beethoven, per tornare all'esempio di prima, avendo il disco in casa ho la certezza che se ho voglia di ascoltarla alle due del mattino la metto e la ascolto, perché è mia. Supponiamo che si passi a un sistema dove sono in grado in qualsiasi momento, con uno strumento che somiglia a un iPod, di ricevere, e dunque di consumare, in modo effimero, una volta sola, un pezzo musicale, pagando una cifra molto piccola. L'equivalente sarebbe una conversazione telefonica. Noi prendiamo il telefono, chiamiamo qualcuno, paghiamo qualcosa e lo facciamo in modo normale, la maggior parte di noi non sta neanche a pensare, a meno che non siano telefonate in Australia. Pensate: abbiamo un conto e se vogliamo ascoltare la *Nona* di Beethoven alla due di notte l'ascoltiamo e paghiamo un centesimo; non è mai nostra, però abbiamo la certezza di riceverla in qualsiasi momento. A questo punto, tutta la cosa del *downloading* non serve più a nulla, abbiamo pagato per la ricezione di una cosa, e si soddisferebbero tutte e due le parti. Dal punto di vista tecnologico non siamo molto lontani da questo e può benissimo arrivare.

Lo stesso con gli eBooks, che è la prossima rivoluzione del libro. Un eBook è una cosa che assomiglia a un libro, si può comprare sin da oggi, si può leggere anche in spiaggia sotto il sole perché è fatto in modo speciale. Invece di andare al mare con due romanzi o tre o quattro, si va al mare con uno di questi eBook e con un programma che contiene le opere complete di Tolstoj, Proust, Dan Brown, Alexandre Dumas, eccetera, eccetera; una volta arrivato in spiaggia mi dico "to", oggi non ho voglia di *Guerra e pace*, leggerò Dan Brown che non ho mai letto" e metto la cosa. E anche lì il consumo potrebbe essere di ogni cosa per volta.

Questo vuole dire che avremo un mercato molto molto più raffinato, perché in questo momento se io compro un cd di un cantante che a me piace, pago circa 20 euro, ascolto questo album venti volte e poi me ne sono stufato, lo metto via e non l'ascolto più: vuol dire che ho speso un euro per volta. Poi compro invece la *Nona* di Beethoven – per essere originali – e l'ascolto mille volte, sempre pagando 20 euro: vuol dire che la *Nona* di Beethoven è stato un affare perché mi costa 2 centesimi per volta. Con un modo come quello che dico che è una delle possibilità, la cosa che mi piace dieci volte la pago dieci volte e basta, quella invece mille volte la pago mille volte. C'è dunque un rapporto molto più uguale, molto più giusto diciamo, dal punto di vista del mercato. Il quale risolverebbe anche un'altra serie di problemi. I benpensanti dicono: "invece di ascoltare Mozart ascoltano queste robacce". Il fatto è però che Mozart lo ascoltano da due secoli ed è probabile che in due secoli Mozart ha avuto più ascoltatori dei Beatles. La mania dei *bestseller*: *bestseller* è solo la definizione di quanto un libro ha venduto in un anno. Dan

Brown avrà venduto 40 milioni in un anno, ma è poco probabile che tra dieci anni venda ancora molto, non lo so, può darsi che mi sbaglia, e probabilmente tra cent'anni dubito che sia persino ristampato. E dunque avrà venduto i suoi 40 milioni, bravo Dan, lui è contento senza dubbio, può darsi che però Tolstoj continui a vendere, e chi mi dice che entro i prossimi cento anni in tutto Tolstoj non abbia venduto 40 milioni anche lui? In genere i *bestseller* sono libri brutti, però a lungo periodo... E' tutto relativo, i grandi classici sono quelli che continuano a vendere, che sono sempre in stampa.

Pia Locatelli

Possiamo chiudere qui questo appuntamento. Naturalmente, coerentemente con la filosofia che ci ha illustrato, il professor Sassoon ci ha lasciato appesi alla *cliff...*

Donald Sassoon

ma vi salverete, vi salverete

Pia Locatelli

...a me è rimasta la curiosità di vedere come sviluppi la parte dagli anni Quaranta in avanti

Donald Sassoon

sono 400 pagine dal Quaranta in avanti, solo, salta tutto il resto.

Pia Locatelli

Ringraziamo Donald Sassoon per questa interessante panoramica. Quando Donald mi illustra i suoi progetti mi sembrano sempre opere troppo grandi e mi dico che non riuscirà mai a scrivere una cosa organica e completa, poi puntualmente si verifica che fa opere organiche, complete, anche se lunghissime. La cosa straordinaria di Donald Sassoon è che quando le racconta, chi lo ascolta capisce che è ovvio, che doveva essere impostato così il libro, che è fluido il discorso, è chiarissima l'impostazione, non poteva che essere così. Ed è questa la bravura del professor Sassoon: riesce a raccontarci duecento anni di cultura e di mercato della cultura con una semplicità e allo stesso tempo con un fascino che ci ha fatto rimanere qui per due ore ad ascoltarlo senza annoiarci. Grazie