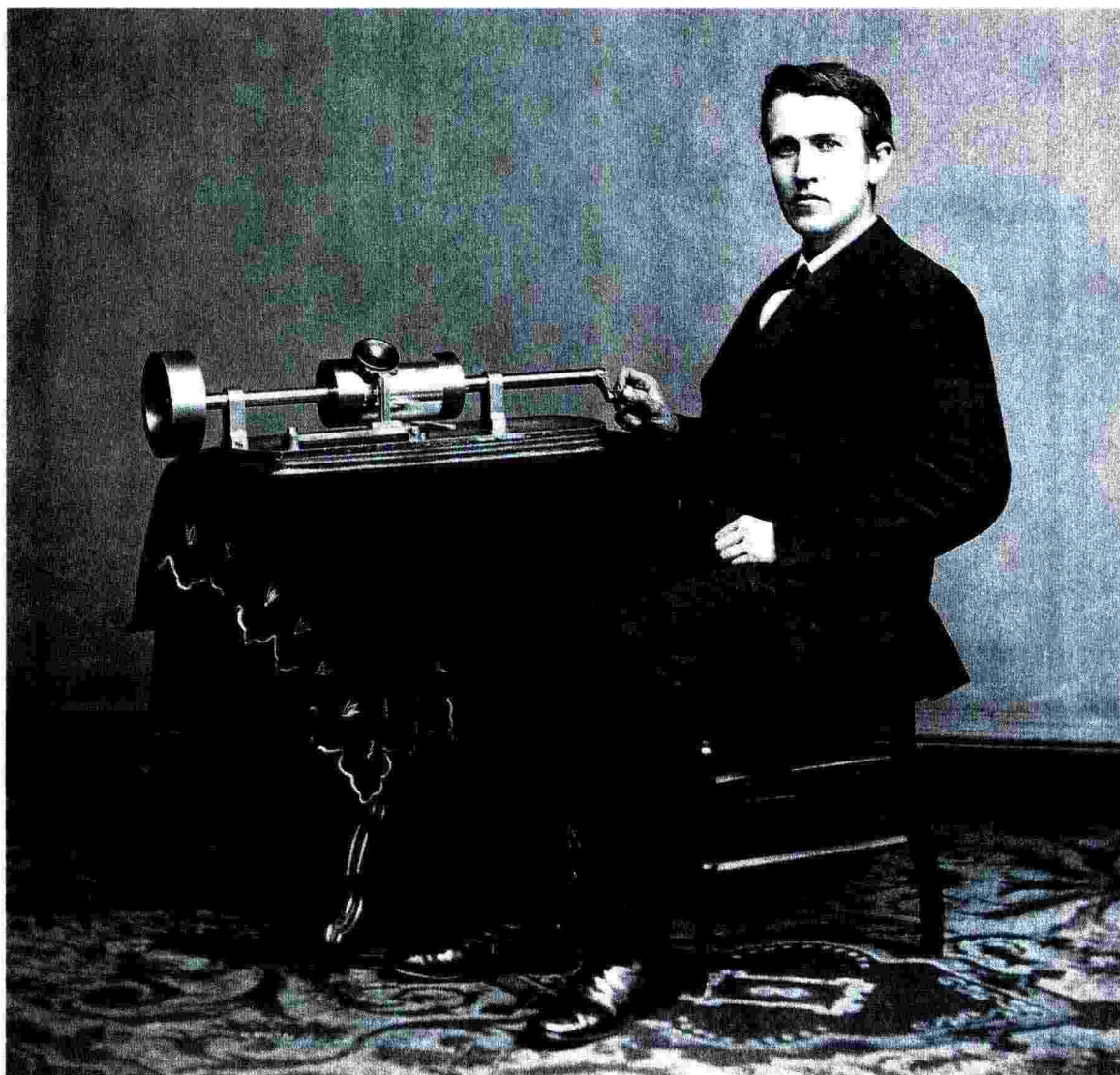


**SCIENZA E FILOSOFIA****THOMAS  
ALVA EDISON:  
VITA DEL PADRE  
DEL FONOGRAFO****Edmund Morris  
pag. VI****Imprenditore di successo. Thomas Edison con il suo primo fonografo (1878)**

LIBRARY OF CONGRESS

**IL LIBRO**

È in libreria il volume di Edmund Morris «Edison» (Hoepli, pagg. 744, € 27,90). Thomas Alva Edison è per lo più ricordato soltanto per aver portato la luce elettrica in tutte le case. La sua invenzione della prima lampadina a incandescenza di uso pratico

abbagliò il mondo – già stupefatto per la sua invenzione del fonografo e di decine di altre macchine rivoluzionarie – al punto da oscurare le sue scoperte successive. In tutto, questo genio dall'udito imperfetto brevettò 1093

invenzioni, più altre, come il fluoroscopio a raggi X, che lasciò libere per il bene della medicina. In questa biografia emerge il ritratto dell'Edison sconosciuto: il filosofo, il visionario, il chimico, il botanico, il fondatore di quasi 250 compagnie.

# LUCE ACCESA SUL FONOGRAFO

**Thomas Alva Edison.** La biografia dello scienziato più prolifico d'America ripercorre anche il suo rapporto con la musica: a lui si deve infatti l'invenzione dello strumento per ascoltare i dischi

di **Edmund Morris**

**C**on l'avvicinarsi della stagione dei saldi natalizi, era urgente che Edison presentasse il suo fonografo a dischi, nonché il complementare catalogo dei dischi. Quando lo fece, ai primi di dicembre, iniziò anche la campagna pubblicitaria, imperniata sul gioiello su cui poggiava l'intera tecnologia.

Copywriter, manifesti pubblicitari e uomini sandwich trasformarono in un mantra il marchio Edison Diamond Disc, che foneticamente con le sue ripetute dentali e sibilanti suggeriva proprio la durezza della lucida puntina («Niente aghi - Niente guai») e la chiarezza del suono che sgorgava dalla tromba nascosta. I dischi, non riproducibili su nessun altro fonografo, erano straordinari da guardare come da ascoltare: spessi oltre mezzo centimetro e rigidi come coperchi di fornelli, con solchi stretti che racchiudevano cinque minuti e mezzo di musica, assai più del disco Victor da dieci pollici. Nessuna etichetta cartacea spiccava sul loro nero lucido, intensificato da uno dei vecchi accessori di laboratorio di Edison, il nerofumo. Se inclinati verso la luce, facevano apparire il suo ritratto impresso a mezzatinta accanto al foro del perno, insieme al suo nome, alla sua firma e al titolo del disco, ma - sorprendentemente - non c'era nessun accenno all'esecutore. «Ho eccellentissimi motivi per non apporre i nomi degli artisti sui nostri dischi» disse Edison a un distributore, senza ulteriori spiegazioni.

La vecchia dimora della National Phonograph Company al numero 10 della Fifth Avenue a Manhattan fu riattata lussuosamente in uno showroom di quattro piani per le nuove macchine, prodotte in cinque dimensioni come modelli A80, A150, A250, A300 e A450 («noce bianco Luigi XVI, con parti metalliche placcate in oro»). Quando i visitatori si rendevano conto che i numeri significavano dollari, al capo venditore di Edison, Percy Morgan, restava da spingerli ad

ascoltare un campione di Diamond Disc. Di solito un paio minuti bastavano a convincere anche gli scettici che il mago di Menlo Park «ce l'aveva fatta di nuovo». Le loro reazioni (che Morgan annotava alla lettera e girava una volta a settimana a West Orange) esprimevano un quasi unanime stupore che la musica registrata potesse suonare così piena e dolce.

Tale era anche l'opinione generale di visitatori e acquirenti dei tredicimila negozi in tutto il paese. Gli audiodioman - una specie che era già apparsa - convennero che il fonografo Diamond Disc, con la sua combinazione di lettore a peso fluttuante, tracciamento orientato e fluidità adamantina dei dischi, era superiore a qualsiasi altro sistema audio sul mercato, da parte la linea parallela di Edison dei riproduttori Amberola con i superbi cilindri Blue Amberol. «Se non avessi saputo che non era così, avrei pensato che le canzoni della macchina fossero davvero cantate dai cantanti nella stanza», scrisse uno di loro, dando a Edison un'idea per future pubblicità. Un professore dell'Università di Chicago elogio «la chiara articolazione, la plastica rotondità del tono e il fine equilibrio delle parti» del modello A250 e, sebbene possedesse già un Victrola, si regalò subito il prodotto più performante.

La disponibilità di quegli entusiasti a spendere metà o tutto lo stipendio di un mese per un lettore con cui non si potevano utilizzare altri dischi confermò la profezia di Frank Dyer, secondo cui il Diamond Disc avrebbe fatto risorgere la Thomas A Edison Inc. In breve ne trasse considerevoli profitti. E tutto questo malgrado l'ostinazione di un Edison di mese in mese sempre più autocratico nel sabotare le vendite imponendo il suo gusto musicale - o la sua assenza di gusto - a tutti gli operatori del ramo fonografico: dagli artisti in studio ai clienti nei negozi.

In un'intervista intitolata «Il sogno di Edison di una nuova musica», uscita sulla rivista «Cosmopolitan», l'inventore usò il pronome «io» qua-

rantasette volte. Ammettendo di non saper né leggere né cantare una sola nota, dichiarò tuttavia che si trattava di un'arte «oggi allo stesso stadio di arretratezza in cui l'elettricità si trovava quarant'anni fa. Io la svilupperò (...) E farò del fonografo il più grande strumento musicale del mondo».

Pur non disdegnando Beethoven, né a volte le arie di compositori il cui nome finiva per vocale, il repertorio preferito di Edison restavano le melodie sognanti che lui e i «ragazzi» miagolavano in legato e doloroso ai tempi di Menlo Park, sulle note della cetra da tavolo di Ludwig Böhm: canzoni come *My poor heart is sad with its dreaming*, o *I'll take you home again Kathleen*. La seconda non si stancava mai di ascoltarla e la registrò numerose volte. La sua dolcezza e la sua semplicità valevano per lui più delle armonie irrisolte di Debussy, che paragonava a «conversazioni interrotte».

Quest'ultimo giudizio poteva anche essere acuto, ma i musicisti professionisti sussultarono per alcune altre sintesi di Edison, espresse con la perentorietà compiaciuta di un George Bernard Shaw. Mozart era «il meno melodico dei compositori». Gli piaceva «il settimo notturno di Fields [sic]» perché non conteneva «nessuna dissonanza». Dopo aver ascoltato 2700 valzer, trovò che «consistevano di circa 43 temi, variamente elaborati (...) Ovvio che non mi riferisco a Chopin, poiché i suoi non sono valzer convenzionali». Apparentemente «un termine musicale che riguardi il tempo e sia preciso non esiste». Per quanto riguarda l'arte in generale, «ho già scoperto che la musica ha un tono troppo alto».

La sua pignoleria nel repertorio classico si estendeva a qualsiasi canzonetta di successo che gli sembrasse poco intonata. Non nutriva alcun pregiudizio generale nei confronti della musica popolare o del *vaudeville*, fino al punto di accettare, come prima pubblicazione della Diamond Disc, un duetto comico «di bassa lega» intitolato *Moonlight in Jungland*, con brusio di scimpanzé e canto di uccelli

«d'accompagnamento». Continuò tuttavia a pretendere l'*imprimatur* su ogni partita di dischi che usciva dalla sua fabbrica: di conseguenza, i cataloghi Blue Amberol e Diamond Disc si espandevano a un ritmo lento, senza rapporto con la domanda del mercato. I distributori erano esasperati per la scarsità di titoli disponibili e per l'indifferenza di Edison ai loro suggerimenti riguardo al repertorio. Inoltre, la sua politica di omettere i nomi degli artisti non appariva loro che una perversione, un nascondere delle informazioni che potevano essere commercialmente significative. Le loro proteste si fecero così aspre che fu tenuto a spiegarlo: «Uno dei vari motivi per cui non pubblico i nomi dei cantanti è la "panzana" che oggi ammorbava il mondo musicale. Ci sono molti cantanti con una reputazione sostenuta dalla pubblicità dei sindacati italiani ed ebrei ai quali non dovrebbe mai essere permesso di cantare su un palco. Non hanno voce, solo personalità. Il Compositore e gli artisti che hanno belle voci [ma mancano di] protezione sindacale vengono ignorati e si fa credere al pubblico che solo gli artisti della Grande Opera possano cantare correttamente. La Victor Co. ha portato tutto ciò all'estremo (...) Quello che sto tentando di fare è cercare nel mondo bravi cantanti e strumentisti solisti e registrare e ri-registrare le loro canzoni ecc. finché non sono musicalmente perfette o le più vicine possibili e vendere i dischi secondo i loro meriti, comunicando i nomi dopo che il pubblico stesso ha emesso il verdetto».

La goffaggine del linguaggio di Edison faceva pensare che non capisse del tutto ciò che stava dicendo. In ogni caso, la politica fu presto capovolta e i suoi artisti ottennero la dovuta menzione... e meno male, data la sua avarizia nei compensi per le incisioni. Piuttosto che pagare le enormi somme richieste da stelle del calibro di Caruso e Paderewski, cercava talenti più giovani, più affamati e disposti ad assecondare la convinzione di un sordo di saperne più di loro sulla musica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA