Bye bye Ipod

Dario Mangano
26 Ottobre 2016

Sono passati 15 anni ma sembrano molti di più. Comincia così la gran parte dei tanti articoli che celebrano il compleanno del mitico iPod. Il più longevo fra i suoi simili fra l'altro. L'ultimo Classic è infatti uscito di produzione il 9 settembre 2014 mentre gli altri modelli – touch, shuffle e nano – sembrano destinati a sparire pian piano senza troppo rumore. A testimoniarlo è la recente scomparsa della voce iPod dalla barra dei menu del sito Apple, quella che indica i vari prodotti della casa di Cupertino per capirci: Mac, iPad, iPhone etc. Tutti ovviamente a parlare della rivoluzione che è stata l'iPod, delle previsioni infauste che ne avevano accompagnato il lancio (la più pesante, ovviamente mai verificata, da parte dell'arcinemico di Jobs, Bill Gates: non supererà il Natale), dell'impatto che ebbe la possibilità di portare ben 1000 canzoni con sé, come diceva il primo spot. "1,000 songs in your pocket", praticamente lo slogan più banale della storia della pubblicità. L'esatto opposto del mitico "…you will see why 1984 won't be like '1984'" che accompagnò il lancio del Macintosh. Tanto che viene da chiedersi cosa fosse successo dal 1984 al 2001 a quel coraggioso sognatore che era Jobs. Mancanza delle serate a base di acido lisergico e frutta degli anni Settanta? Potremmo crederlo se pensassimo davvero che la novità dell'iPod fossero le mille canzoni. Ma è stato davvero mettere più brani in un lettore musicale a cambiare un produttore di computer in un progettista di vite digitali? E perché oggi quell'importante pietra miliare può scomparire senza grossi traumi?

Per rispondere alla prima di queste domande dobbiamo andare indietro con la memoria a quegli anni. Non è vero che la musica non si portava in giro allora, lo si faceva eccome, e da molto tempo anche. C'era stato il Walkman con le sue cassette, quelle compilation che tanta presa avevano sulle ragazze. "Ho fatto questa compilation per te, così quando la ascolti mi pensi". Lavoro difficilissimo perché se il novello DJ voleva avere qualche speranza, nella cassettina non poteva mettere davvero solo quello che piaceva a lui, ma trovare quello che piaceva a lei e provare a metterci dentro un po' di suo per vedere che succedeva. In funzione di quello avrebbe capito quanto seria sarebbe potuta diventare la storia. C'era anche il lettore di CD portatile, con i suoi fedelissimi supporti ottici

che eliminavano il fruscio ma introducevano il salto. Bastava una piccola botta e la musica si interrompeva fino a quando il laser non ritrovava la minuscola traccia. E ovviamente c’erano gli mp3 di cui l’iPod non fu affatto il primo né il più economico riproduttore. Forse uno dei più capienti, ma non saprei dire con sicurezza. Importa poco però, perché la novità di iPod non stava nella musica né nella possibilità di portarla con sé in quantità più o meno grandi, e nemmeno nell’assenza di fruscio, compensata peraltro in negativo dalla bassa qualità di una compressione spinta al massimo per via della capienza.

MENU

La ragione del successo dell’iPod stava nel senso che dava alla musica e, con questa, ai device di discendenza informatica. Era questa la vera novità. Il problema non era avere 10, 100 o 1000 canzoni con sé (quante cassette nello zaino ai tempi del Walkman…), era il modo di vederle, toccarle (o non farlo), scambiarle, in altre parole vivere e apprezzare la musica stessa. Fu dalla cuffietta dell’iPod che si udirono le campane a morto dell’Alta Fedeltà, degli amplificatori valvolari e del vinile, delle casse grandi come scaldabagno e dei mobili rack che prendevano mezzo salone. Fino all’iPod portare la musica con sé era l’alternativa, quello che si poteva fare quando non si ascoltava con mezzi più tradizionali, con lo “stereo” – impianto Hi-Fi o radiolone che fosse (ricordate i radioloni?). Il lettore della mela non consentiva semplicemente di portare la musica con sé, diceva che era quello il modo di ascoltarla, di viverla. Era questo il senso di quello spot all’apparenza così referenziale, sancire la continuità fra la casa, il computer e ciò che stava fuori. In nome della musica. Ricordate? All’inizio il ragazzo era seduto alla scrivania davanti al suo portatile in silenzio. Controllava la posta? Lavorava?

Poco importa, un istante dopo cominciava a sentire la musica e a muovere la testa a tempo. Un altro attimo e la musica era trasferita con pochi semplici gesti sul suo iPod. Era a quel punto, cuffia nelle orecchie, che cominciava a dimenarsi in un ballo travolgente mentre recuperava la giacca che gli serviva per uscire e si avviava, saltellando, fuori casa. E beh, era figo. Molto figo.

Era una questione di dettagli. Lo è sempre, e Jobs lo sapeva meglio di chiunque altro. Era ossessionato dai dettagli. Stette per anni con la casa pressoché vuota perché non riusciva a trovare i mobili giusti. E certo poteva permettersi di cambiarli quando voleva. Prendete il cavo delle cuffiette bianco: a quel tempo erano tutti neri e lui lo volle bianco. Una classica strategia di differenziazione. Ma quando, più tardi, decise di fare un iPod nero, il cavetto rimase bianco. Era un pugno in un occhio eppure non ci fu niente da fare. Aveva ragione lui, quei fili bianchi, così evidenti quando si passeggiava per strada (ricordate lo spot con le sagome nere?), diventarono un segno inconfutabile, riuscendo con la loro iconicità a scalzare definitivamente l’immaginario dell’Alta Fedeltà. E, con questo, per qualche strano motivo, l’idea che i computer dovessero rimanere in casa.

Sappiamo tutti come è andata a finire: il modo di relazionarsi con la musica è cambiato di nuovo. Il vinile è ritornato, qualcosa di simile alla fedeltà audio anche (non prima di quella video dell'HD e del 4K, ma si sa, l'occhio vuole sempre la sua parte), le cuffie sono diventate grosse, evidenti, isolanti, e timidamente stiamo ricominciando a integrare nell'arredamento qualche apparecchio per la riproduzione. Purché sia senza fili naturalmente.

Ed eccoci alla seconda domanda che ponevamo: perché l'iPod può morire in pace? Che poi, tanto in pace non direi, visto che qualche anno fa qualcuno pretese spiegazioni da Cook in persona circa l'uscita di produzione del Classic. Sapete cosa rispose? Perché non troviamo più i componenti sul mercato e riprogettarlo costa troppo. Fantastico. Mr. Apple in persona che si preoccupa per quello che il mercato fa o non fa, o per spendere qualche soldino per una riprogettazione in chiave moderna (niente più Hard Disc ma memorie allo stato solido) di un oggetto. Beh, gli hanno creduto. O almeno, così sembra dal momento che hanno smesso di domandare. La ragione tecnica vince sempre, è credibile anche quando siete l'azienda voluta da un signore che la tecnologia la sviluppava per realizzare le idee e non il contrario come fanno tutti. La vera ragione per cui l'iPod doveva morire è che ormai è ovunque. L'iPhone, l'iPad, ora perfino l'iWatch, tutti hanno un po' di iPod dentro. Non solo perché ci si può riprodurre la musica, ma per il modo in cui ce la mostrano e ci consentono di controllarla.

L'iPod non è morto, è passato a miglior vita, è diventato immortale, diffuso com'è nei tanti suoi figlioli. E tuttavia, se si vuol ripensare la musica ancora, come Apple sembra voglia fare, la sua presenza è ingombrante. Sì, perché nel frattempo è esploso iTunes, è nato il Cloud, Apple Music, gli abbonamenti mensili e tutto il resto, un enorme universo immateriale a cui però manca qualcosa, come i numeri dicono con chiarezza. Cosa sia nessuno lo sa, ma dovessimo dire la nostra diremmo che è un dettaglio, una cosa piccola che ha a che fare con quel corpo che la tecnologia sembra sempre voler tenere da parte. Salvo ovviamente scoprire che è la cifra di ogni gadget che ha successo, dalla GoPro alla realtà virtuale.

ipod_5th_generation_white.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO