

Musica e musicanti meccanici

A TEMPO DI WURLITZER

Fra tutte le grandi case costruttrici il nome della Wurlitzer Company si è elevato all'apice della popolarità, diventando quasi il simbolo stesso del juke box. Facciamo insieme un piccolo viaggio suggestivo nella storia antica della compagnia.

di Paolo De Angelis

A proposito del juke box si scrive: "È uno strumento enigmatico, dotato di forza, presenza fisica e obiettivo di associazioni nostalgiche. Il juke box ha assunto il ruolo status di oggetto-culto fra gli anni '40 e '50, e proprio in questo ventennio ha esibito le modifiche più radicali, intese a stimolare l'interesse sul fascino del suono." Fascino del suono "play appeal", un carisma che si sprigionava compatto unito allo stile. Una varietà enorme di stili ha vestito il juke box attraverso l'epoca decò, lungo i futurismi "streamline" degli anni '30 e l'evolversi del design industriale negli anni '40, adattandone il linguaggio estetico alla suggestione dell'industria dell'automobile, che negli anni '50 scoppiava al successo del grande pubblico. La storia del juke box non si è fermata qui, ma fu in questi anni che si videro gli stili più arditi e affascinanti, e la sua storia resta nelle mani di poche compagnie. Queste compagnie ebbero il vantaggio di saper guardare oltre l'oggetto in sé e di accompagnare l'indubbio "play appeal" con sofisticate realizzazioni estetiche, che davano voce inedita alla novità di uno stile e pagavano il desiderio di modernità della gente. Il design guidava il gioco nella produzione di massa e il suo approccio era fresco, rifletteva nello stile l'ottimismo tipicamente americano. Le migliori tecnologiche

che portarono ulteriori stimoli ed estesero il raggio delle possibilità d'impiego dei materiali, così come la resa funzionale dei meccanismi. Nella fantasia della gente il juke box assumeva le forme e i colori proposti da una delle compagnie più importanti: Wurlitzer. Wurlitzer fu veramente il re del "play appeal", con le sue plastiche luminose, le luci colorate, gli ornati eleganti e i giochi sgargianti del metallo. Per ogni nuovo modello i designers Wurlitzer si domandavano se lo stile di successo fosse davvero quello vincente o se era giunto il momento di cambiare vestito, proponendo un look nuovo. Visto il crescente interesse del juke box quale oggetto-culto da collezione, abbiamo scelto di dedicare un piccolo servizio monografico ad alcune delle case più importanti. Un modo per apprezzarne le stupefacenti varianti di stile del juke box è considerarne il cammino attraverso il contesto storico e sociale. Ma la cosa più piacevole oggi, forse, è constatare che queste macchine, grazie alla cura con cui furono costruite e grazie al formidabile lavoro di restauro dei collezionisti, continuano a suonare come facevano un tempo, quasi fossero costruite due giorni fa. Insieme a Mills, Seeburg, Rock-Ola ed AMI, Wurlitzer costituì l'impero della musica nella cosiddetta "golden age". La storia della compagnia Wur-



Dall'alto: il modello "800", che fu prodotto nel 1940. Si tratta di un juke box a 78 giri con 24 selezioni. Il modello "800" fu il primo di una serie di quattro differenti juke boxes di lusso prodotti prima della seconda guerra mondiale, e soprattutto fu il primo ad usare i tubi con le bolle, caratteristici dello styling Wurlitzer. Paul Fuller fu l'artefice del design e fu il primo "creativo" a ricevere gli onori della popolarità: in precedenza, infatti, i designers restavano anonimi. Fuller conobbe le luci della ribalta nel 1938, con il modello "24". Il celebre marchio della Rudolph Wurlitzer Company di North Tonawanda, New York.

Il jukebox



litzer è legata, in forma indiretta, alla Hoke & Holcombe, un'azienda che si era guadagnata una larga fetta di mercato nell'ambito delle coin-op machines, soprattutto vendendo il popcorn. Nel 1926 la Casa propose un jukebox che funzionava senza preselezione ed era acustico: il promotore dell'idea era Homer Capehart. Dopo poco, fu applicata l'amplificazione elettrica e l'apparecchio venne battezzato "Electromuse". La società, tuttavia, ben presto scomparve dal mondo del juke box. Da lì nacquero macchine giradischi ingombranti, dalle linee lussuose, che vennero accolte all'interno dei cinema. E non passò molto tempo perché ci si accorgesse del potenziale commerciale della trovata. In quell'epoca partì l'attività "gemella" della Rock-Ola e della Wurlitzer. La compagnia Wurlitzer aveva già scritto una lunga storia. Rudolph Wurlitzer, un intraprendente emigrante tedesco, si era assicurato un contratto lucroso con l'esercito nel 1860, per la fornitura di trombe e tamburi e al termine della Guerra Civile Wurlitzer era diventato il più grosso fornitore dell'intera America. Il primo pianoforte Wurlitzer apparve nel 1880. Verso la fine del secolo Wurlitzer metteva in commercio una scatola musicale che funzionava a gettone, "The Regina" (1896) e un pianoforte meccanico, "The Tonophone" (1899). Nel 1910 nacque il famoso organo da cinema, "Mighty Wurlitzer", che suonava nelle sale all'epoca del muto. Nello stesso modo della AMI e della Seeburg, Wurlitzer produceva strumenti musicali ordinari e strumentazioni per le orchestre, e parimenti le casse di tutte le società soffrirono quando il mercato ebbe un tracollo. Anche il "Mighty Wurlitzer" fu messo in un angolo quando i film cominciarono a parlare. Il destino fece incontrare Homer Capehart e Farny, figlio di Rudolph Wurlitzer e suo erede a capo della società. Capehart, dal tempo delle coin-op, era cresciuto infaticabile imprenditore, e aveva da poco acquistato i diritti per una speciale macchina sonora da una piccola società costruttrice di juke boxes, la Simplex: la macchina si chiama "Debutante". Farny intendeva diversificarsi dagli altri gruppi concorrenti e

*In questa pagina, dall'alto:
il modello "600" del 1938, a 78 giri e con 24
selezioni. Era prodotto con due differenti tipi di
selettore: a tastiera e a pulsanti.*

*Il juke box da tavolo modello "71" del 1940, a 78
giri con 12 selezioni. Prodotto in circa 4000 esem-
plari, il mobile è impiattacciato in noce e radica,
mentre le plastiche gialle illuminate sono in resina
fenolica. Entrambi i modelli sono firmati Fuller.*

*Nella pagina a fianco, da sinistra:
un'altra creazione di Paul Fuller: il modello
"Victory" del periodo bellico, dove il legno sostitui-
sce tutte le parti metalliche.*

*In contrasto con lo styling dell'epoca, nei primi
anni '40 uscì il modello "1080", molto old-fashioned.*





voleva attrarre il pubblico producendo strumenti nuovi, perciò fu convinto dalla forza persuasiva di Capehart. Nel 1933 la Wurlitzer mise in commercio "Debutante" con il nome originale, e l'anno seguente ne modificò il nome in "P 10". Si trattava infatti di una macchina con dieci possibilità di selezione ed era il primo vero prototipo di juke box uscito con il marchio Wurlitzer. Gli anni di debutto della compagnia all'interno del settore furono guidati dall'energia di Capehart: egli non solo fummo in luce per il successo di "Debutante", ma ben presto salì ai vertici manageriali, diventando vicepresidente e quindi general manager di vendita per la divisione juke box. Le acque si mossero un po' ovunque. La competizione fra le grosse compagnie del settore si tradusse in una guerra di design e di pianificazione marketing. Sul mercato apparve un vasto ed eccitante assortimento di modelli e il successo di pubblico fu eclatante. Replicando alla richiesta di altre macchine musicali, i costruttori riuscirono a costruire congegni molto attraenti, come mai si era visto prima. Era arrivato il futuro e lo streamline, che inseguiva l'aerodinamicità, ne divenne la voce. Basta con le strutture dal sapore arcaico, con il

loro legno scuro, severe e solitarie regine dell'old-fashion. Cambiava tutto. E forme luminose, costruite con legni naturali, dai toni chiari, unite a decorazioni futuribili e a sagome metalliche sostenevano l'ottimismo della nuova filosofia e, soprattutto, attraevano la gente. La campagna promozionale della Wurlitzer enfatizzava l'alto status di gradimento dei suoi strumenti. Sulle pubblicità comparivano figure aristocratiche volutamente esagerate, ragazzi e ragazze, con abiti eleganti ed acconciature perfette, ammiravano e carezzavano sorridenti l'indubbio "play appeal" delle macchine. E il messaggio, seppure gonfiato, era esplicito: questa era la categoria scelta dagli ascoltatori Wurlitzer. La nuova era del glamour look ben si legava a questa astuzia di réclame: insieme all'illuminazione elettrica, arrivarono le resine plastiche del gruppo dei fenoli e sui juke boxes comparvero, dentro e fuori, infiniti pannelli colorati, luccicanti come gioielli. Le linee pulite dello streamline lasciavano perfettamente visibili i meccanismi e le "menti" del design consideravano fondamentale questo aspetto: vedere il disco mentre suonava era una componente essenziale del "play appeal". Inoltre, molti musicisti salutarono con favore l'influenza popolare della scatola sonora e i

MACHINE
AGE
THE THIRTIES STYLE
IN AMERICA

27, VIA SOLFERINO - 20121 MILANO - TEL. E FAX 02-29006332



Renzo Chessa

MACHINE AGE RAPPRESENTA IN ESCLUSIVA PER MILANO:

OLD

JUKE BOX D'EPOCA

13/A Via Duchessa Jojanda • 10138 Torino • Telefono 011/77.13.048

KRONOS *California Classics*

MOBILI E OGGETTI DEL DESIGN TRA LE DUE GUERRE

52 Viale Brambilla • 27100 Pavia • Telefono 0382/42.30.10

leaders delle grandi orchestre, come Tommy Dorsey, Glenn Miller, Cab Calloway, in tempi diversi appoggiarono la compagnia. Nel 1938 il juke box più popolare fu il "Model 24", il primo di una lunga serie che avrebbe definito ed imposto il dominio della Casa nel decennio a venire. Forse intuendo il proprio ruolo futuro di vertice, la compagnia pubblicizzò anche il nome del designer, Paul Fuller ed era davvero una mossa inusuale: fino ad allora i creativi del juke box erano sempre rimasti anonimi. Il celebre "Model 24" fu ben presto rimpiazzato dai suoi successori, il "Model 500" e la sua versione più economica, il "Model 600", entrambi comparsi verso la fine degli anni Trenta. Questi apparecchi si distinguevano per l'uso innovativo di elaborati pannelli decorativi in metallo (che poi rappresentarono una caratteristica del marchio Wurlitzer), ma sopra ogni cosa per il carattere guida del design. Nel 1940, tuttavia, Holmer Capehart se ne andò, mosso da altri interessi (e si dedicò a progetti politici). Ma il juke box continuò la sua ascesa e divenne il punto focale della vita sociale. Divenne soprattutto l'espressione del fenomeno americano che nasceva negli anni '40, i teenagers. Proprio i ragazzi "prepararono il terreno" e assicurarono al juke box un posto di rilievo nella storia culturale degli anni Cinquanta.

Il modello "2000" del 1956, con 200 selezioni, suonava dischi a 45 giri. Le piccole pagine laterali con i titoli, girate elettricamente premendo un pulsante, furono gli elementi che resero popolarissimo questo juke box. L'apparecchio fu costruito per il centenario della Wurlitzer e fu anche il primo modello con 200 selezioni prodotto dalla Casa.

Copyright per le fotografie di pagina 49 (in alto), pagina 51 e pagina 53: Old, Torino.

