

MONUMENTALI, ISTORIATI, COLORATISSIMI, SONO UNO DEI SIMBOLI DELL'AMERICA DEGLI ANNI '40 E '50. E ADESSO SONO DIVENTATI ANCHE PREZIOSI OGGETTI DA RACCOGLIERE

COLLEZIONANDO JUKE BOX

di MARCO VALLORA - Immagini di KAZUHIRO TSURUTA

Sono delle contratte cattedrali laiche, dei monumentini portatili alla musica e al desiderio; scatole dilatate dalla sorpresa musicale, fontanelle che erogano liquidi sonori, invece che acque inquinate. Dispensatori di felicità sociale per pochi *cents*, i grandi e lambiccati e meravigliosi juke box americani degli anni Trenta, Quaranta, Cinquanta, hanno per noi oggi una fascinazione visiva che è completamente indipendente dalla loro originaria funzione di dispensatori di divertimento popolare. Anzi, se un tempo il loro aspetto, così modernamente barocco, doveva passare pressoché inosservato, richiamando lo sguardo nelle sale buie e compiacenti dei bar americani, quasi come un riflesso condizionato - la marca era garanzia di immediato riconoscimento - oggi è proprio il loro sofisticato *design* a vincere la battaglia della sopravvivenza, a venirci incontro per primo. Ed è difficile non rimanere agganciati dal loro fascino



sempre monumentale e talvolta luttuoso, che ci ricorda il gusto littorio delle grandi architetture newyorchesi e di Chicago e insieme la leggerezza *déco* e trasparente delle *trouses* in celluloidi delle eleganti ballerine di Parigi.

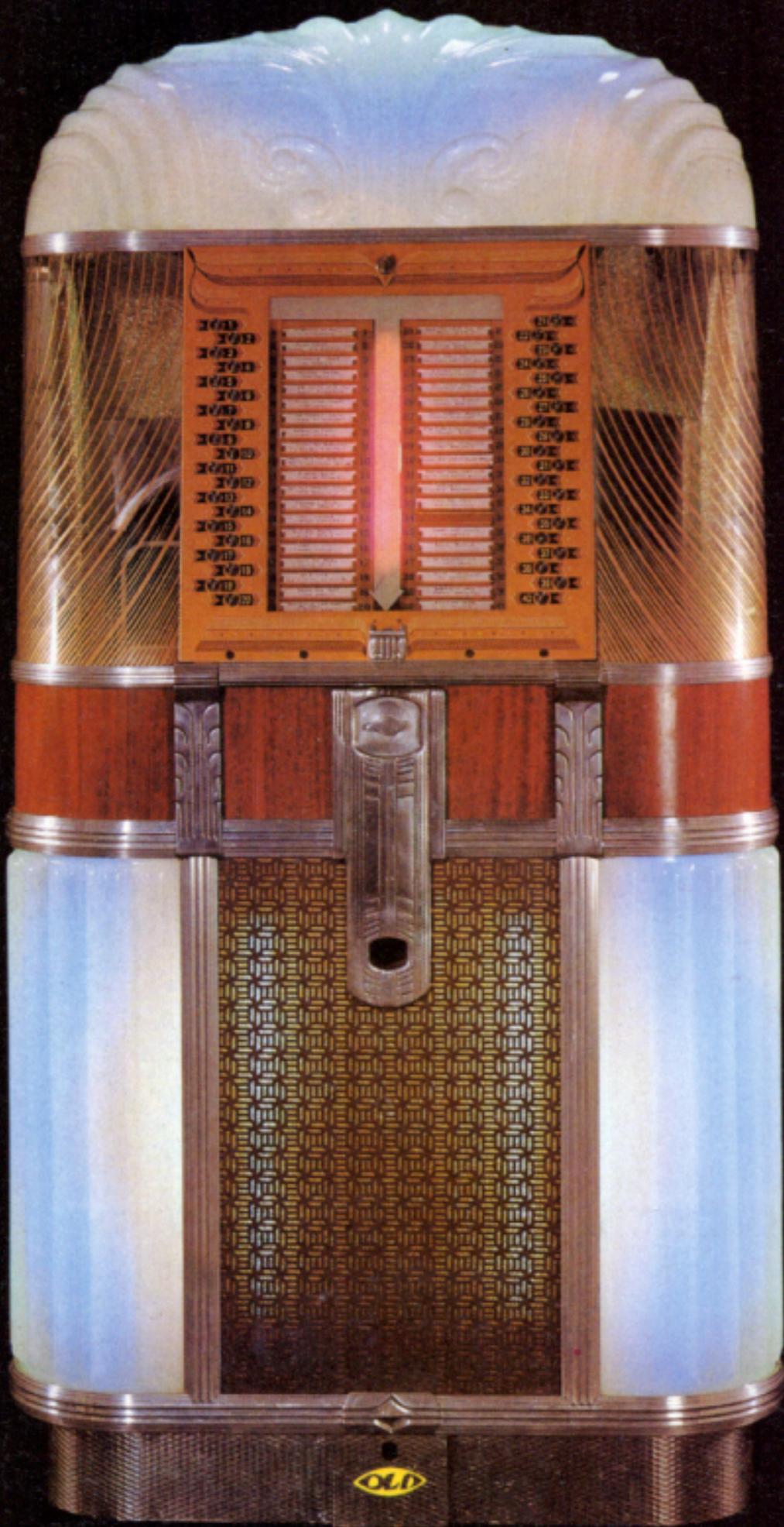
Il tripudio di luci che si scatenano insieme alla musica, il cangiare miracoloso della carnagione di ambra, sembra voler competere, in miniatura, con la foresta elettrificata dei neon e delle *réclames* di città, che permettono gioie facili e immediate e spesso non illuminano che brevi tratti

di disillusione. Superfluo scomodare la psicanalisi per spiegare quali inconsci meccanismi provochi quel gioco ripetuto e invitante di buio-musica/luce-silenzio, quale metaforico segreto si nasconda dietro quel reiterato, insaziabile bisogno di riaccendere ogni volta il piacere. Macchina mangiasoldi, scatola degli automi, grattacielo musicale, che sembra nascondere nel proprio cuore un'intera orchestrina, disposta a rispondere a tono alle improv-

continua

Sopra, un juke box Packard modello Manhattan del 1946. A destra, un Wurlitzer 850 del 1941, conosciuto anche come Pavone.





Sotto, un Ami Model B del 1947, che dispone di 40 dischi. A sinistra, un Wurlitzer del 1942, realizzato in 3400 esemplari.

visate richieste del pubblico, il mitico juke-box non può che inseguire – mese dopo mese – non soltanto l'evolvere vertiginoso del gusto musicale, ma quello ancora più vistoso dell'aspetto estetico-visivo.

In questo senso, anche sfogliando il bel libro di Vincent Lynch e di Bill Henkin, *Juke box, the golden age*, ci si rende conto che ogni juke box è un piccolo poemetto conchiuso in sé, quasi la sintesi visiva di una fosforescente commedia musicale che non ha altra storia, oltre a quella dell'impaginazione scenografica. Ogni juke box (e sino ad oggi è ancora rimasto misterioso il significato magico di quel prefisso "juke") ha dietro di sé una ben precisa storia grafica, proprio come un flipper, che deve evocare la pampa, oppure l'ambiente di Carmen, oppure l'angolo buio di perfidi teddy boy; ma non ha scene pittoresche da esibire sul davanti, non possiede un vero palcoscenico visivo da mostrare: deve evocare per suggestione, per metafora. Ecco così il Rock-Ola Spectravox, che sembra una stele *déco* con cuspidi a coppa, in pasta vetrosa; oppure il Wurlitzer modello 950, che diresti una sala da ballo 1930, con soffitti istoriati, corridoi maladrini e saloni imperiali; oppure l'arlecchinesco Modello 42; che si schiude come un *boudoir* liberty di signora viennese; oppure il mastodontico Packard Manhattan, che ricorda il minaccioso registratore di cassa di un donna yankee, oppure ancora il Rock-Ola Commando, che simula d'essere una comunissima cabina telefonica dove si possono selezionare le canzoni componendo il tuo numero su un normale disco telefonico.

Ma c'è ancora molto d'altro, in una festa di stili che ricorda quei motel hollywoodiani, ogni stanza un ambiente: c'è il juke-box color *pastis* come una colonna di Lalique, c'è lo stile *old England* di vecchia fattoria, c'è il gusto sospirato a ferro di cavallo con lira acclusa, e quello tutto legno tipo marinaro, oppure ancora quello italo-americano fasciato dai cornetti rosso corallo e porta fortuna, oppure quello subacqueo con marezzature da medusa. A vederli così, tutt'insieme ospitati in un libro, si direbbero inavvicinabili pezzi unici da museo: eppure i collezionisti di queste magiche scatole sono numerosissimi in tutt'Italia (l'editore Sellaris, tra i primi, ma anche uno show-man come Renzo Arbore oppure un pittore come Ugo Nespolo), così un giovane appassionato torinese, Paolo De Angelis, ha addirittura abbandonato i suoi studi di medici-

na per potersi dedicare a tempo pieno alla loro salute e diffusione, creando una clinica-show room in Via Artisti 18, dove si danno convegno amatori e collezionisti e dove si ordinano i preziosi pezzi da importare dall'America. «In Italia non ci sono juke box di questo genere e nemmeno sono stati prodotti; anzi, direi che il gusto del juke box qui non ha mai veramente attecchito».

Chissà, forse la tradizione dell'orchestrina napoletana, della serenata dal vero: i nostri juke box non erano che gonfie scatolone metalliche piene di dischi. Per questo si ricorre agli Stati Uniti, dove il commercio dei Wurlitzer, dei Seeburg, dei Rock-Ola, degli Ami è ricco e fiorente. «Ci sono marche precise, date come per i vini, designer prestigiosi: l'epoca d'oro è quella dal '33 al '48. Poi incomincia il declino. Io non mi limito soltanto a trovarli in America e importarli», spiega De Angelis, «ma li consegno anche perfettamente funzionanti, con le autentiche monetine da 5 o 20 cents, con i dischi originali a 78 giri, e la voce di Cole Porter, o di Glenn Miller. E poi io stesso saprei aggiustarli, se è il caso; anzi, saprei divertirmi a ricostruire al tornio il pezzo che manca o far funzionare di nuovo le parti tecniche. Purtroppo mi manca il tempo: perché già trovare i pezzi buoni su ordinazione, viaggiando in America, nei posti giusti, è un lavoro che mi porta via moltissimo tempo. E naturalmente oggi è sempre più difficile trovarli: ma sapendo attendere anche più di un anno, riesco quasi sempre a soddisfare i

più raffinati capricci dei miei clienti. Il loro nome? Non vogliono che si sappia: in gran parte sono uomini dello spettacolo, ma ci sono anche medici e professionisti. Molti dei miei clienti lavorano nel cinema e spesso affittano i juke box per qualche film» (si vede un bellissimo Wurlitzer, per esempio, campeggiare in *Top gun*) «ma ho creato un servizio di affitto, anche per una serata sola, per rendere più eccitante una festa».

Il salone De Angelis (011-8398628) non è del resto specializzato in soli juke box, ma annovera pompe di benzina, distributori di Coca Cola, roulette e tavoli da casinò. Non è facile generalizzare, per quanto riguarda i prezzi, perché ogni pezzo ha le sue caratteristiche quasi uniche (dischi compresi); ma, come conferma De Angelis, esiste una media di mercato: si va dai due milioni dei juke box più a buon mercato, fino ad oltre venti, che interessano i veri "pezzi da museo".

