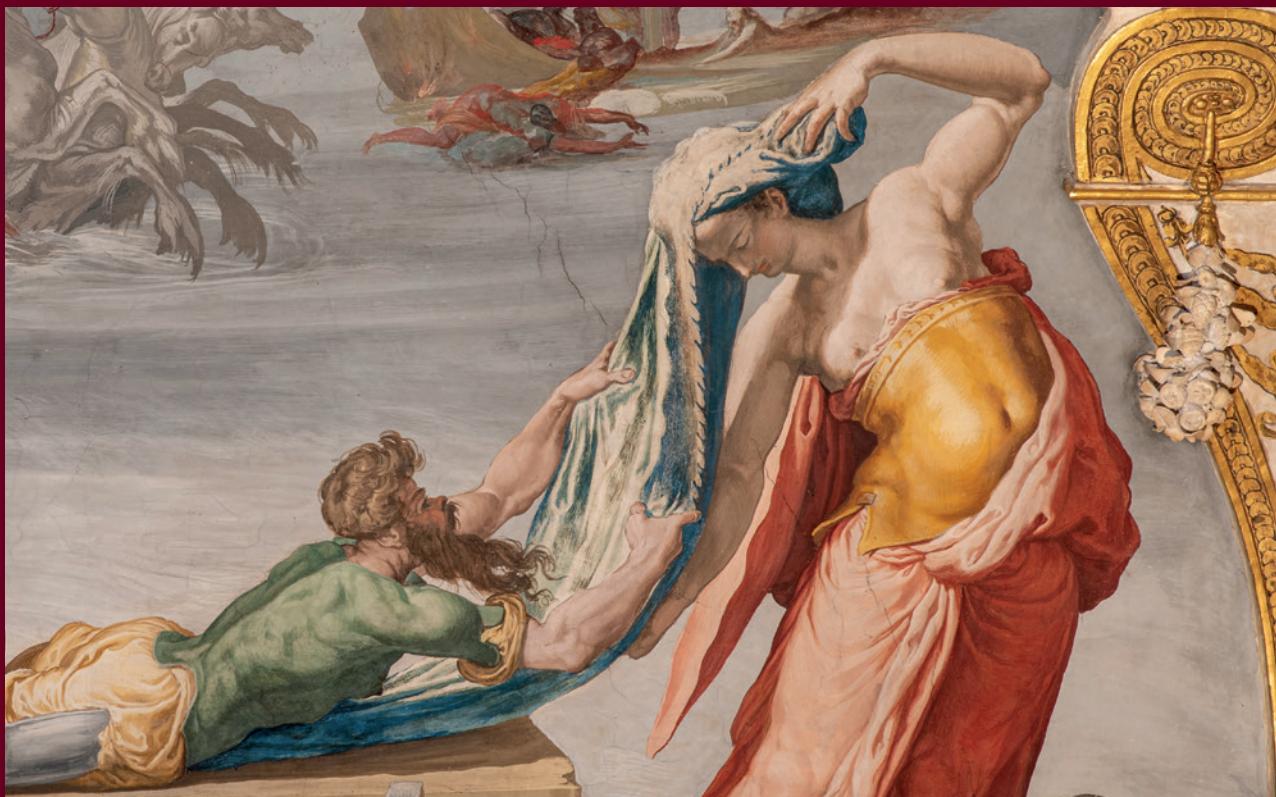


ANNALES

ACTA ACADEMIAE SCIENTIARUM INSTITUTI BONONIENSIS

CLASSIS SCIENTIARUM MORALIUM



Bologna
University Press

ANNALES

ACTA ACADEMIAE SCIENTIARUM INSTITUTI BONONIENSIS

CLASSIS SCIENTIARUM MORALIUM

3



Board of Governors of the Academy of Sciences of Bologna

President: Prof. Luigi Bolondi

Vice-President: Prof.ssa Paola Monari

Secretary of the Class of Physical Sciences: Prof. Lucio Cocco

Vice-Secretary of the Class of Physical Sciences: Prof. Aldo Roda

Secretary of the Class of Moral Sciences: Prof. Giuseppe Sassatelli

Vice-Secretary of the Class of Moral Sciences: Prof. Riccardo Caporali

Treasurer: Prof. Pierluigi Contucci

Annales. Acta Academiae Scientiarum Instituti Bononiensis Classis Scientiarum Moralium

Editor in Chief

Antonio C. D. Panaino

Assistant Editor

Paolo Ognibene

Editorial Board

Giuseppe Caia (Giuridical Sciences)

Loredana Chines (Philology and Italian Studies)

Raffaella Gherardi (Social and Political Sciences)

Paola Monari (Economic and Financial Sciences)

Giuseppe Sassatelli (Archaeological and Historical Sciences)

Walter Tega (Philosophical and Anthropological Sciences)

Editorial Consultant of the Academy of Sciences of Bologna

Angela Oleandri

Fondazione Bologna University Press

Via Saragozza 10, 40123 Bologna

tel. (+39) 051 232 882

ISBN: 979-12-5477-672-8

ISBN online: 979-12-5477-673-5

ISSN: 2389-6116

DOI: 10.30682/annalesm2503

www.buponline.com

info@buponline.com

Copyright © the Authors 2025

The articles are licensed under a Creative Commons Attribution CC BY 4.0

Cover: Pellegrino Tibaldi, *Odysseus and Ino-Leocothea*, 1550-1551,
detail (Bologna, Academy of Sciences)

Layout: Gianluca Bollina-DoppioClickArt (Bologna)

First edition: December 2025

Table of contents

Prefazione, Luigi Bolondi	1
Introduzione / Introduction, Antonio C. D. Panaino	5
Shakespeare, Cervantes, la letteratura, il teatro e il sogno... Nadia Fusini	9
La festa e il cibo. Cultura popolare e cultura di élite Massimo Montanari	21
Note sul disagio giovanile Stefano Bolognini	31
Filologia ed erudizione nella Grecia antica. Il contributo di Francesco Bossi Franco Montanari	43
L'eredità di un Maestro. La scuola dantesca di Emilio Pasquini. Premessa Alfredo Cottignoli	57
Leopardi e Dante. Preliminari per nuove ricerche Andrea Campana	59
Emilio Pasquini e la <i>Lectura Dantis Bononiensis</i> Giuseppe Ledda	69
Dantismo muratoriano: non solo <i>Perfetta poesia</i> Fabio Marri	77
Il commento alla <i>Commedia</i> di Emilio Pasquini e Antonio Enzo Quaglio Paola Vecchi Galli	87

Introduzione all'incontro interdisciplinare “Musica Urbana. Suoni e rumori nell’età contemporanea”	97
<i>Giuseppina La Face</i>	
La città che suona e canta	99
<i>Paolo Fabbri</i>	
Soundscape, fonosfera e musicologia urbana	103
<i>Franco Piperno</i>	
Un silenzio che spacca le orecchie	107
<i>Ugo Berti Arnoaldi</i>	
Persone ferite da suoni e rumori	111
<i>Domenico Berardi</i>	
Geografie del suono: per un’antropologia dell’ascolto nella prima età moderna	115
<i>Luigi Collarile, Maria Rosa De Luca</i>	
La musica che inquina e la tutela dell’ambiente	119
<i>Marcella Gola</i>	
La prospettiva dell’ecologia acustica nella formazione musicale	123
<i>Carla Cuomo</i>	
Soslan e la Ruota di Balsæg	127
<i>Paolo Ognibene</i>	
Tra cielo e terra.	
Riflessioni sul culto della dea Anāhitā e sui rituali in suo onore	137
<i>Antonio C. D. Panaino</i>	
Il pastore e le bestie.	
Un modello di potere autocratico in Grecia antica	153
<i>Matteo Zaccarini</i>	
Il pallone di Alessandro. Simbologie inverse del potere tra opposti contendenti alla luce delle numerose ricezioni del <i>Romanzo di Alessandro</i>	
nelle tradizioni greca, latina, armena e siriaca	167
<i>Antonio C. D. Panaino</i>	

Un silenzio che spacca le orecchie

Ugo Berti Arnoaldi

Già dirigente editoriale, il Mulino

Contributo presentato da Giuseppina La Face

Abstract

Silence creates discomfort and fear. Man is a social animal, and prefers noise. Conviviality, joy, sociability are characterized by noise: in festive situations, even explosions and gunshots are expressions of joy. Music is widely used to promote an enjoyable fruition of public spaces, particularly commercial ones that aim to attract and retain people, such as bars, restaurants, hotels, supermarkets. This use, made possible by contemporary sound diffusion technologies, has led to the belief that music can influence behavior, as indicated by numerous psychology studies measuring the effect of various genres of music. But there is also research demonstrating its negative effects, of which there appears to be little awareness.

Keywords

Fear of silence, Social function of noise, Music as noise, Backround music and consumption.

Vari anni fa mi capitò di entrare in un negozio di cose sportive; era di prima mattina e il locale era pressoché deserto. Deserto ma non silenzioso, perché sia una televisione sia una radio erano in funzione mescolando i rispettivi programmi musicali. Fatto l'acquisto, avviandomi all'uscita chiesi al commesso se la cosa andasse avanti così tutto il giorno. «Ma sa, mi disse, altrimenti qui c'è un silenzio che spacca le orecchie».

Dunque la situazione andava giudicata esattamente al contrario di come la vedeva io: il nemico non è il rumore ma il silenzio.

Tempo dopo ne trovai una conferma leggendo le pagine che Chateaubriand dedica nel 1803 alla visita della Villa Adriana a Tivoli, là dove fantastica della pace, della quiete, del silenzio meditativo di quei chiostri e di quei corridoi e paragona gli antichi abitatori a «noi»: «Nous, il nous faut des fenêtres sur des rues, sur des marchés et des carrefours. Tout ce qui s'agit et fait du bruit nous plaît; le recueillement, la gravité, le silence, nous ennuient».

Il silenzio disturba, o magari perturba? Interroghiamo Google. L'espressione «paura del silenzio» restituisce 122.000 item, meno dei 400.000 della «paura del buio», ma comunque in numero sufficiente per attestare che il tema esiste. A un esame rapido, si tratta in buona parte di siti di *self-help* psicologico, oppure di pratiche di meditazione, o anche di siti di carattere religioso dove si celebra il silenzio come mezzo per ricongiungersi con sé stessi, prendere le distanze dal mondo, meditare, pregare.

Continuando a navigare, questa volta alla ricerca del rumore, mi sono imbattuto in un fenomeno a me del tutto ignoto: il cosiddetto “rumore bianco”, che riscuote un successo sorprendente come aiuto per rilassarsi, per concentrarsi ma soprattutto per dormire. Vi sono cultori del rumore dell'asciugacapelli, dell'aspirapolvere, della sega circolare; costoro trovano a disposizione, su YouTube e Spotify e immagino anche altrove, un vasto campionario di registrazioni. Possono ricorrere anche a diverse app che forniscono consimili ninnenanne per dormire e far dormire i bambini. È come se il rumore si appropri di funzioni che pertengono piuttosto al silenzio.

Ci aspetteremmo che il rumore fosse cosa da cui difendersi, disturbo della quiete pubblica, da contrastare con leggi e regolamenti restrittivi. Invece occorre riconoscere che esiste un piacere del rumore. Si possono trovare amanti di fragori come quelli dei bolidi di Formula Uno; anni fa, per esempio, si vendevano cassette con la registrazione del suono dei diversi modelli di Ferrari. Oggi, per chi ha questo debole, su YouTube ci sono infinite registrazioni dedicate al suono delle auto e delle moto da corsa. Persino il rumore delle esplosioni può dare piacere: mortaretti, castagnole, fuochi d'artificio, spari allietano da sempre le occasioni di festa e di carnevale insieme a vari altri *noise makers* di cui un sito cinese offre ampio campionario alla categoria «Fornitura per eventi e feste».

Il rumore è il contravveleno del silenzio. È «il dolce rumore della vita» entro cui Sandro Penna sognava di vivere addormentato, in un suo celebre distico. Agli uomini piace vivere in società e la società ha un sonoro: il rumore è rassicurante, certifica che non sei solo.

Il rumore è attributo della socievolezza, condimento dell'allegria, della compagnia, del movimento. Della festa, intesa in senso largo. Vale la pena ricordare qui quell'autentico inno alla movida che è *Downtown*, la celebre canzone interpretata sessant'anni fa da Petula Clark. Dice: «When you're alone and life is making you lonely / You can always go downtown / When you've got worries, all the noise and the hurry / Seems to help, I know, downtown / Just listen to the music of the traffic in the city [...]».

Naturalmente la festa è la situazione a cui più di ogni altra si addice quel particolare rumore che è la musica. Dove c'è musica c'è festa. Bar, ristoranti, alberghi, negozi, supermercati, sale d'attesa, palestre, piscine, taxi, stazioni, aeroporti accendono la musica nella presunzione di offrire un dipiù di accoglienza al cliente. Vieni, entra, qui si sta bene.

I bar chiamano alla festa, i ristoranti usano la musica per emulsionare in un unico fracasso le conversazioni dei singoli tavoli; le palestre, naturalmente, danno il ritmo; ognuno ha la sua particolare ragione. Si va da un grado zero, rumore in purezza, che è offerto da quegli esercizi, bar o negozi, che infliggono l'ascolto di radio commerciali, inclusi i dialoghi dei conduttori e le interruzioni pubblicitarie, a più elaborate proposte musicali fornite da società ad hoc per radio *in store*, spesso articolate per fasce orarie, a seconda del pubblico.

Non è se non di rado musica di sottofondo: secondo la mia esperienza, quella tranquilla, monotona, quasi impercettibile musicetta che dovrebbe costituire la tappezzeria sonora della nostra vita è un fenomeno residuale, sopravanzato da programmi musicali che né per caratteristiche né per volume sonoro rimangono al sottofondo: selezioni di hit del momento, spesso pop americano, cioè gridato, dance music e altre varietà quasi mai solo strumentali (che dovrebbe essere il minimo sindacale).

In ogni situazione, musica per «creare benessere». E a ogni situazione la sua musica. Studi sulla cui solidità non giuro arrivano a identificare il genere di musica adatto ad allungare la permanenza dei clienti nel negozio o nel supermercato, a favorire gli acquisti, a far consumare al ristorante vino più costoso, persino ad aiutare a mantenere una dieta: una ricerca dell'Università di Oxford mostra che la musica ascoltata a tavola è in grado di influenzare il gusto di ciò che si mangia. Un opportuno *sonic seasoning* «può arrivare a rendere un piatto il dieci per cento più dolce o più salato». Gli ottoni sostituiscono i sapori amari, le note acute, meglio se al piano-forte, lo zucchero. Dai convivi greci alla Tafelmusik, il legame tra musica e cibo è comunque molto antico.

Altre ricerche, la maggior parte, arrivano a calcolare la relazione tra la diffusione della musica e l'aumento delle vendite, l'aumento della produttività sul lavoro, della produzione di latte nelle mucche (3% in più la musica lenta, classica o country, 2% in meno quella veloce come rock o heavy metal) e persino del vino nelle vigne trattate a Mozart.

Inchieste sull'onnipresenza della musica darebbero viceversa come risultato che una percentuale maggioritaria degli intervistati, attorno al 40%, la detesta, il 30% la apprezza e i restanti sono indifferenti. E di sicuro il sentimento negativo dei primi è molto più forte e militante di quello positivo dei secondi. A proposito di militanza si può citare la “Campaign for Freedom from Piped Music”, sorta nel Regno Unito nel 1992 con il nome di Pipedown, che nel tempo ha portato all’eliminazione della musica nelle aree principali dell’aeroporto di Gatwick, nelle librerie Waterstones, nei negozi Marks & Spencer. Un risultato che suggerisce che diffondere musica, nei bar come negli aeroporti, è un atto delicato che può portare effetti negativi, se non ci si chiede quale musica e soprattutto a quale volume.

Difficile pensare a soluzioni che riducano in maniera sensibile l'inquinamento musicale, di là dal far rispettare regolamenti già esistenti. Mi pare una generosa illusione che una diffusa educazione musicale possa cambiare le cose, soprattutto perché quello che è in gioco è l'educazione tout court. A sentire Kant, è intrinseca alla musica una certa mancanza di urbanità: raggiunge infatti anche chi non la vuole sentire in quanto, come ricorda argutamente Giuseppina La Face, le orecchie non hanno palpebre.

Col che si arriva a una conclusione che vorrebbe anche essere una modesta proposta di autocritica e di misurata indulgenza. «Le informazioni acustiche, ha scritto David Le Breton, si sopportano soltanto se provengono da sé o se possono essere governate. I rumori prodotti in prima persona non vengono percepiti come molesti, posseggono un loro significato. Sono sempre gli altri che fanno rumore». Parafrasando Sartre, «le bruit, c'est les autres». Ma anche noi siamo gli altri degli altri.

