

MIGUEL ÁNGEL MARÍN  
Logroño - Madrid

## IL MUSICOLOGO COME PROGRAMMATORE SFIDE ATTUALI DELLA PROGRAMMAZIONE MUSICALE

La programmazione musicale può essere intesa come l'aspetto propriamente artistico del più ampio campo del management musicale, che comprende altri compiti di natura amministrativa, logistica e contabile. Programmare comporta una negoziazione, implicita o esplicita, fra i tre agenti che convergono attorno al concerto: il programmatore, l'interprete, il pubblico. In questo senso, il concerto è il risultato di una sorta di accordo trilaterale tra chi ha il potere di scegliere il repertorio e gli interpreti (il programmatore), chi seleziona quali opere preparare per l'esecuzione pubblica (l'interprete) e chi decide a quale concerto valga la pena di assistere dal vivo (il pubblico).

Tra tali agenti, tutti imprescindibili per la fruizione del concerto ma dislocati in posizioni asimmetriche quanto a incidenza sulle decisioni finali, si stabilisce una trama di relazioni e interessi variabili, che nei dettagli non sempre coincidono. Dal punto di vista del programmatore, le decisioni artistiche che modellano la configurazione di un concerto sono peraltro condizionate da *quattro* fattori: il repertorio, l'interprete, il pubblico e il mercato.

### *Il repertorio*

La funzione intrinsecamente doppia del programmatore – analoga a quella del curatore di una mostra – sta, da un lato, nel far scoprire all'ascoltatore composizioni e autori poco frequentati, per mezzo di opere magari meno note che però meritino l'ascolto dal vivo, e dall'altro nel proporre nuovi modi di ascoltare musica, mediante itinerari estetici originali, derivati da un'articolazione particolare del programma. È però indubbiamente vero che la tendenza prevalente nella programmazione musicale è di limitarsi al repertorio canonico, presentato in modi più o meno prevedibili, ossia grossomodo la musica composta tra la metà del Sette e i primi del Novecento da un insieme invero assai esiguo di compositori che vanno, diciamo, da Bach a Brahms. Fa specie osservare con quanta pervicacia questo repertorio classico-romantico persista nella programmazione concertistica. I repertori di musica "antica" e "contemporanea", fino a poco fa relegati in un ghetto e ancor oggi secondari o inesistenti in molte istituzioni, hanno trovato sbocchi specifici in cui svilupparsi, spesso in margine alle istituzioni e agli spazi consueti della musica classica.

Si può mettere in condizione il programmatore – in collaborazione con altri agenti, quali il produttore discografico e gli interpreti stessi – di alterare il canone consacrato?

In che misura è opportuno o possibile integrare la musica contemporanea e la musica antica (intesa come specifica prassi esecutiva e non come insieme di opere di una data era) negli spazi consueti della musica classica?

Data la palese, estrema segregazione della musica contemporanea, come può il programmatore preparare il pubblico ad accostarsi a tali repertorii e a penetrarli?

### *L'interprete*

In buona misura le *chances* di innovazione date al programmatore, mediante la promozione di opere o compositori poco noti che meritino l'ascolto dal vivo, dipendono dalla capacità e volontà dell'interprete di accettare la sfida. Ma anche senza immaginare un panorama innovativo, il ruolo dell'interprete è essenziale e insostituibile nel caso della musica, la cui materializzazione comporta inderogabilmente l'intermediazione creativa tra il compositore e l'ascoltatore, compito specifico dell'esecutore. È lapalissiano ricordare che senza interprete non v'è concerto.

Il rilevante sviluppo dell'attività concertistica e della formazione musicale occorso in Europa negli ultimi decenni, e negli ultimi anni anche in Spagna, ha comportato un incremento nel numero degli interpreti, il che non sempre va di pari passo con una più elevata qualificazione professionale. Si è assistito così, da un lato, a una crescente specializzazione degli interpreti, e dall'altro alla regolare presenza di agenti e manager che fungono da mediatori (e negoziatori) tra l'interprete e il programmatore.

Qual è la relazione ideale tra l'agente e il programmatore? e in che misura gli agenti condizionano, facilitano od ostacolano il lavoro del programmatore?

Quale valore aggiunto dovrebbero arrecare gli agenti sul terreno dell'arte (ammesso che debbano avere un qualche ruolo al di là di quello meramente gestionale)?

In che modo la programmazione condiziona quello che potremmo denominare l'«effetto debutto», ossia la circostanza che un dato interprete, trovandosi a essere il primo che esegue in pubblico una data opera, la deve sì studiare ed esercitare a fondo, ma difficilmente potrà poi «ammortizzare» lo sforzo riproponendola in altri concerti?

È possibile o desiderabile aggirare i condizionamenti della prassi corrente per quegli *ensembles* – in particolare di musica antica e contemporanea – che, non avendo un organico fisso, faticano a conseguire un'integrazione musicale elevata tra i propri membri (a differenza dagli organici storicamente consolidati, come ad esempio il quartetto d'archi)?

### *Il pubblico*

La definizione stessa di «concerto» presuppone obbligatoriamente l'esistenza di un pubblico che, in maniera sia pur tacita e indiretta, svolge un

ruolo importante nella selezione delle opere effettuata dal programmatore e dall'interprete. In realtà, sarebbe più pertinente parlare della convivenza, in una medesima sala, di una pluralità di profili diversi di ascoltatori, che non solo appartengono a classi sociali diverse, ma hanno anche aspettative e capacità d'ascolto assai varie; né pare esserci una relazione diretta tra la capacità d'ascolto e la classe sociale. In termini generali, Th. W. Adorno distingueva vari tipi di ascoltatore (anzi, per l'esattezza, vari tipi di ascolto) che, ai fini del programmatore di musica classica, possono essere suddivise in cinque gruppi:

- 1) l'ascoltatore esperto, munito di una qual formazione professionale, capace di formulare un giudizio motivato su un'esecuzione in termini tecnici e formali;
- 2) il consumatore di cultura che, considerando la musica un bene culturale socialmente pregevole, non senza un pizzico di feticismo accumula diverse nozioni musicali, in particolare di carattere biografico oppure incentrate sugli interpreti;
- 3) l'ascoltatore emotivo, che intrattiene un rapporto meno diretto con la musica, nella quale ricerca stimoli che attivino sentimenti ed emozioni;
- 4) l'ascoltatore risentito, che disdegna la vita musicale ufficiale e istituzionalizzata per rifugiarsi in epoche o repertorii emarginati (come per esempio la musica contemporanea);
- 5) l'ascoltatore per passatempo – ed è questo senz'altro il profilo prevalente –, sprovvisto di un approccio specifico e critico alla musica, fruita in un atteggiamento passivo e rilassato, come mera sorgente di uno stimolo sensoriale, e senza aspirare a comprenderne il senso.<sup>1</sup>

Senza stare qui a discutere o a sottilizzare su questa classificazione, è innegabile che in una medesima sala da concerto convivano, in proporzioni variabili, diversi tipi di ascoltatori.

Come si configurano questi diversi “pubblici”, e in che modo convivono?

Come può un programmatore agire sulla configurazione dei profili del proprio pubblico? li può modificare? e se sì, è desiderabile che lo faccia?

Fino a che punto i profili dei diversi pubblici di una data istituzione risultano dalla programmazione dell'istituzione stessa? o è vero il contrario: è il tipo di pubblico a dettare la programmazione?

È possibile, al di là delle percezioni soggettive, avere una netta visione di ciò che i diversi profili di pubblico si attendono da un'istituzione? e se sì, si potranno soddisfare in maniera equilibrata tali aspettative, che prevedibilmente possono confliggere?

---

<sup>1</sup> Cfr. TH. W. ADORNO, *Introduzione alla sociologia della musica* (1962), Torino, Einaudi, 1971, pp. 3-25. Ancorché priva di una base sociologica altrettanto robusta, un'altra classificazione, applicata al caso particolare dell'opera, si trova in H. LINDENBERGER, *Opera in History: From Monteverdi to Cage*, Stanford, Stanford University Press, 1998, p. 270: “The avid, the passive, the conscientious, the faultfinding, the uncompromised”.

In che misura il botteghino (quando c'è) condiziona la programmazione? Se vi sono sovvenzioni pubbliche, ciò comporta un certo obbligo morale da parte del programmatore nel venire incontro ai gusti del pubblico, oppure, al contrario, gli si chiede una certa abilità nel sorprenderlo con proposte nuove?

### *Il mercato*

L'economia della cultura e della musica, intese come beni di consumo e come spettacolo, sta esercitando, in misura crescente, un ruolo preponderante nella gestione musicale. Il consolidarsi stesso della figura dell'agente musicale, e il modo in cui oggidi si costruisce una carriera artistica, ne sono la prova evidente, assieme all'esistenza di circuiti di interpreti, alla pressione mediatica esercitata dalle case discografiche, alla voce della critica musicale – oggi ridotta al lumicino e tuttavia ancora presente –, agli interessi che sottendono le riviste specializzate o le campagne pubblicitarie, per citare solo qualche esempio. In un contesto siffatto il programmatore è chiamato a negoziare con questa trama di interessi di natura eminentemente (anche se non solo) commerciale e, in vario modo, finisce per operare anche secondo obblighi di mercato.

Che ruolo spetta alla critica musicale oggi? come incide (approvando o censurando) sulla programmazione di un'istituzione?

Che ruolo svolge, nel costruire la carriera dell'esecutore, l'industria discografica, nella condizione paradossale in cui versa in questi anni?

In che misura i vari mercati nazionali della musica, con le loro disparità negli onorari medi, stimolano la mobilità degli esecutori?

Fino a che punto può il programmatore sottrarsi ai dettami del mercato, intesi come l'insieme delle aspettative di questa o quella parte del pubblico disposta ad acquistare un biglietto solo per ascoltare determinati interpreti o determinate opere?

*(Traduzione di Maria Semi)*