

IL PIANOFORTE ECONOMIA E CULTURA

Andrea Furcht



Il pianoforte ha più di trecento anni, la sua nascita risale quindi alla piena fioritura del barocco musicale. Ma questo strumento reca in sé i segni di un'epoca nuova: concepito nel mondo dei cembalisti, così affine a quello della liuteria, sarà l'alfiere della Rivoluzione industriale nel mondo degli strumenti musicali.

Dopo qualche decennio di progressiva assunzione di fisionomia, il pianoforte si caratterizza dal lato della produzione come il più "industriale" (relativamente ai parametri dell'epoca, naturalmente) di tutti gli strumenti, prodotti perlopiù in angusti laboratori.

Il pianoforte, invece, viene prodotto spesso in vere e proprie fabbriche: luoghi di produzione di massa, sempre per i tempi, ove allo sforzo di ricerca di nuove soluzioni si coniugano la cura artigianale per il singolo strumento. L'accompagnarsi della produzione al cammino di questa radicale trasformazione che percorre l'Europa è evidente: non è certo un caso che il cuore della produzione sia prima in Inghilterra, culla della Rivoluzione Industriale, e poi in Germania, il paese europeo protagonista della scena economica negli ultimi decenni del secolo (per tacere degli Stati Uniti,

Steinway in testa). Il fenomeno va probabilmente guardato ancor più dal lato della domanda che da quello della produzione: con l'industrializzazione si afferma infatti una nuova classe borghese, finalmente affrancata dalla subordinazione agli epigoni del feudalesimo; è questa in particolare l'utenza di questo nuovo strumento musicale, che si fa simbolo della musica romantica e dello spirito del secolo. Nel frattempo si era grandemente rivalutata, grazie all'alone leggendario sparso da certo romanticismo, la figura sociale dell'artista: anche se quella dell'orchestrante - non del pianista - era considerata una carriera cui avviare gli ospiti degli orfanotrofi (come succedeva del resto nel passato, basti ricordare le orfanelle di Vivaldi).

L'idillio con le classi medie sboccia però con il nuovo secolo, quando nuovi processi industriali permettono di produrre a minor costo: da bene spiccatamente di lusso il pianoforte diviene oggetto costoso sì, ma abbordabile: alla portata della borghesia anche medio-piccola il pianoforte - emblema del decoro borghese già quando troneggiava nei salotti *Biedermeier*, garanzia non solo di solidità economica, ma anche di una raggiunta elevazione culturale - diviene perfetto status symbol. Siamo insomma nel periodo d'oro, il secondo dopo quello - alla metà del XIX secolo - che lo ha incoronato "re degli strumenti musicali", concetto questo entrato nel senso comune quanto quello del "leone re degli animali": i fabbricanti di pianoforti sono tra i personaggi più in vista nelle città della Germania, ove il pianoforte diventa una delle prime voci attive nella bilancia commerciale e la produzione mondiale si colloca ben oltre i 300.000 pezzi.

Tanta fortuna non poteva però durare in eterno: all'alba degli anni '30 del Novecento arriva il momento del *redde rationem*. Non si tratta solo della pur terribile grande crisi del '29, che manda in rovina mezza Europa e spiana il terreno all'avvento di Hitler: nel caso del pianoforte è l'invenzione di Marconi a causare il tracollo.

Con la radio, più ancora che con il grammofo, la musica entra a poco prezzo in tutte le case, eseguita da professionisti e non da dilettanti; la pessima qualità sonora non scoraggia d'altronde un pubblico sempre più grande e poco avvezzo a fini distinguo dell'epoca post-Hi-Fi. Molto più che non il pianoforte nei decenni precedenti, la radio si fa oggetto di consumo voluttuario di massa, aprendo la strada ad una lunga serie di boom, dallo scooter all'automobile, dal televisore al telefono cellulare.

Passa anche la seconda guerra mondiale, con il suo fardello di lutti e distruzioni. Il quadro si fa nuovamente roseo in Europa, perlomeno nella sua porzione occidentale. Piano Marshall, reindustrializzazione, boom dei consumi, scolarità di massa e ripresa demografica contribuiscono a una decisa ripresa del mercato: la radio non ha affatto ucciso il pianoforte così come, nonostante le apprensioni di molti e qualche segnale in quella direzione, non lo ucciderà la televisione: del resto la fotografia non ha fatto scomparire la pittura, né la motorizzazione ha fatto estinguere le biciclette; si è piuttosto trattato di una ridefinizione di ruoli, nella quale la perdita di universalità è spesso stata compensata da una crescente affezione del restante pubblico.

Se fino agli anni Sessanta il mercato mantiene in molti paesi - il nostro compreso - una dimensione pionieristica, con il decennio successivo si assiste ad un vero e proprio boom, il terzo periodo d'oro del pianoforte, che ha il suo picco tra 1978 e 1981. La produzione nel mondo arriva ad un milione e mezzo di strumenti, mentre i produttori giapponesi e poi sudcoreani conquistano i primi posti nella classifica delle unità prodotte.

Dal 1981 però tutti i mercati entrano in crisi; la domanda del resto è debole in quasi tutti i comparti, mentre proprio si affermano temibili concorrenti dell'educazione musicale: nell'industria del tempo libero viaggi e sport, in quella dell'istruzione ancora lo sport e le lingue straniere. Questo mentre le trasformazioni sociali relative alla famiglia accelerano il passo: perde così centralità quel modello di famiglia benestante che aveva fatto dell'avviamento al pianoforte un tratto caratteristico del-

l'educazione dei figli, contagiando poi col proprio esempio anche strati sociali contigui. Se a questo aggiungiamo le dinamiche demografiche, comprendiamo come mai l'acquirente-tipo del negozio di pianoforti non è più la coppia con bambini, bensì l'adulto, o magari il pensionato, che vuole fare della musica un piacevole complemento dell'esistenza quotidiana. Le conseguenze di questa profonda trasformazione non riguardano solo il commercio, ma anche le modalità dell'insegnamento ai privati.

Quello che era stato un calo notevole ma pur sempre fisiologico, entra negli anni Novanta nel campo della patologia. I produttori europei si dibattevano già in gravissime difficoltà, ma la morsa della crisi si estende al Pacifico: la stella dei pianoforti sudcoreani, in fulgida ascesa a metà anni '80, si scontra più di altri con la dura realtà della crisi asiatica. Rispetto al 1983 (quando si era toccato il milione e mezzo) la produzione mondiale cade di due terzi: nel 1992 il mercato mondiale era già più che dimezzato (660.000 pianoforti), nel 1997 era di 410.000 unità. Dal 1992 al 1997 fortissimi i cali di Giappone (-43%) e Corea (-40%), male anche gli europei (Germania -35% e resto d'Europa -30%) che erano però già entrati in crisi. Unica luce di speranza la produzione della Cina popolare, in grande incremento sia quantitativo (+66%) che qualitativo, e la decisa ripresa del mercato statunitense, sostenuto da una fase di ripresa economica brillante e apparentemente solida.

La crisi strutturale che ha caratterizzato l'economia del decennio appena concluso ha bloccato la ripresa sperata, segnando invece una riduzione da circa un milione di pezzi prodotti a poco meno della metà. Si è trattato di una contrazione che ha coinvolto soprattutto l'Europa, parzialmente compensata dal grande sviluppo dell'industria cinese, che può contare su un numero di utenti finali di circa 40 milioni di persone, appartenenti alla classe sociale emergente.

Un elemento importante di compensazione è il significativo incremento della produzione di pianoforti digitali, quasi tutta concentrata in Giappone. I produttori di questo Paese sono riusciti a compiere enormi progressi tecnologici sul piano dell'emulazione del modello acustico, tanto che oggi il pianoforte digitale viene considerato in molti paesi avanzati, e musicalmente colti, come valido strumento didattico o comunque come secondo acquisto utile rispetto all'acustico.

Nel frattempo si sono registrati dei cambiamenti significativi anche nel mondo concertistico, incluso l'ambito dei grandi concorsi pianistici internazionali, nei quali vengono sempre più spesso usati accanto (o in alternativa) al tradizionale pianoforte Steinway & Sons anche modelli al top della produzione Yamaha, Kawai e, più recentemente, Fazioli.

Ma a cosa è dovuto il trend così decisamente negativo che ha investito il pianoforte acustico? Grande rilievo possono avere spiegazioni di tipo economico, quali un ridimensionamento generalizzato dei consumi, e strutturale (crisi occupazionale e invecchiamento della popolazione). Ma la domanda che ci poniamo è soprattutto: siamo di fronte anche ad un mutamento dei gusti dei consumatori? Il pianoforte interessa ancora?

Se l'amore per la musica è talmente connaturato all'essere umano da poter difficilmente essere messo in discussione in quanto tale, è però vero che siamo di fronte a un crescente disinteresse per la musica attiva, quella praticata suonando uno strumento musicale - in particolare di tipo "classico". In ogni caso, non possiamo certo definire "musicista" lo spettatore di concerti o addirittura l'ascoltatore di musica registrata, sebbene si usi - del tutto impropriamente - definire "sportivo" non solo chi si reca allo stadio, ma financo il radio- o tele-utente della domenica.

La voglia di suonare attiva può essere in flessione, ma non pare proprio star scomparendo. Noi commercianti vediamo che il pubblico tenta di risparmiare sulla qualità o (il che spesso è la stessa cosa) sull'età del pianoforte, od opta per il noleggio, ma continua a richiederlo. Molti riprendono con amore lo studio interrotto in età giovanile; altri affrontano grandi difficoltà pur di riuscire ad imparare a suonare anche in età adulta. Sarebbe per inciso opportuna una grande attenzione del mondo della

didattica verso questo fenomeno, bisogna far sì che imparare a suonare non sia un compito improbo e di poca soddisfazione nei primi tre anni.

I puristi si scandalizzano poi dell'ultimo sviluppo tecnologico - il pianoforte non ne ha altrimenti avuti di decisivi da quasi un secolo - la nascita del pianoforte digitale: viene bollato quale grave pericolo per il pianoforte, sul piano della purezza del gusto prima ancora che su quello commerciale.

Il mio parere è diverso: non lo considero affatto una blasfema commistione, bensì un segno di vitalità da salutare con gioia, specie se potrà guadagnare alla causa della pratica attiva della musica un maggior numero di adepti: i dati di mercato segnalano già il sorpasso nelle vendite del digitale sugli acustici. I nostalgici non fanno a mio parere del bene alla causa del pianoforte (come, del resto, alle altre); così come prendono un abbaglio i modernisti fanatici che vedono nel digitale l'ultimo gradino nell'evoluzione del pianoforte, destinato a sostituire il suo antiquato progenitore. Si tratta invece, per rimanere nella metafora darwiniana, della nascita di una nuova specie della stessa famiglia. Se il pianoforte non si è estinto sotto la minaccia di grammofono, radio e televisione - riuscendo anzi a ritrovare ciclicamente spunti di grande vitalità - non sarà la nascita di un parente "amico" a metterne in discussione il ruolo: se vi sarà parziale sostituzione, questa sarà benvenuta, perché questo significherà che grazie alla varietà dell'offerta verranno meglio soddisfatti i bisogni di chi suona.

Veniamo, per concludere, ad un'ultima difficile questione. Non possiamo nasconderci che il problema che probabilmente più interessa molti amici pianisti, e più in generale musicisti, è quello delle gravi difficoltà lavorative: le occasioni di suonare sono rare, anche se i meritevoli - giovani in particolare - sarebbero molti. Ci chiediamo: c'è una crescente disaffezione anche verso i concerti? Quest'ipotesi non è in realtà necessaria, potremmo trovarci di fronte anche ad un ordinario caso di aumento della produttività a scapito dell'occupazione. Può sembrare un'affermazione bizzarra, ma sono confortato in quest'opinione da quanto scrive un illustre sociologo (Luciano Gallino, *Se tre milioni vi sembran pochi*, Einaudi, Torino, 1998, pp.40-1), che confuta la tesi secondo la quale: *"l'intero terziario sia contraddistinto per natura da una produttività stazionaria o al più debolmente crescente, soprattutto a causa dell'impossibilità di introdurre nella maggior parte dei servizi una quota significativa di progresso tecnico (...). Famoso al riguardo è l'esempio recato a suo tempo dall'economista statunitense W. Baumol: se l'esecuzione di un quartetto per archi di Mozart richiede 20 minuti, pari a 80 minuti/persona, esso richiederà il medesimo tempo oggi come tra dieci o cinquant'anni; ergo l'occupazione dei musicisti continuerà a crescere, a mano a mano che il pubblico domanderà un maggiore numero di concerti.*

In verità, ad onta del professor Baumol, il teorema non regge neanche nel caso del quartetto di Mozart. Quando i musicisti si spostano in aereo invece che in carrozza, o tengono il loro concerto in una sala da duemila posti invece che da trecento (senza contare, posso aggiungere, la possibilità di registrare musica e farla magari viaggiare via Internet in formato MP3), la produttività del loro servizio in effetti aumenta". E con la produttività, intende Gallino, diminuisce l'occupazione.

Analogo il discorso, con molto maggior peso alle trasformazioni demografiche che stanno determinando una decisa diminuzione del peso delle classi più giovani, per le difficoltà nel campo dell'insegnamento.

Un'ultima parola sulla valenza sociale di quanto possiamo fare. Forse l'argomento "musica" è poca cosa di fronte alle urgenze dei nostri giorni: dalle tensioni internazionali che troppo spesso sfociano in massacri interni o in guerre tra Stati, alla crisi occupazionale che si accompagna alla violenza diffusa. Promuovendo la causa della musica contribuiremo, per quanto ci permettono le nostre possibilità, alla diffusione del più universale e suggestivo dei linguaggi, a trasmettere sensibilità al bello, a incoraggiare la riflessione. Sostenere la causa della cultura non potrà che fare del bene al mondo, e noi tutti dobbiamo essere orgogliosi di questo compito.