

CLASSICI
2CD BOX INEDITO
POLLINI E ARGERICH NEI CONCERTI DI CHOPIN

CLASSIC VOICE

LIRICA-SINFONICA • ANTICA • CONTEMPORANEA • JAZZ

1810-2010 BUON ANNO CHOPIN

"Era un compositore
d'avanguardia"
dice Maurizio Pollini

e inoltre
La storia, i segreti
gli interpreti, il dizionario



Dresda negli anni di Bach
Antiqua n. 2 è in edicola

USA & GETTA

Nell'America in crisi
il melodramma è ko

CLIC, SI CANTA

Opere su pc,
stagione al via

Mensile n.129
febbraio 2010

€10

CG publishing
www.cgpublishing.it





CLASSIC VOICE
N. 129
FEBBRAIO 2010
MENSILE DI LIRICA,
SINFONICA,
ANTICA, JAZZ,
CONTEMPORANEA
DIRETTO DA
ANDREA ESTERO

Questa rivista è stampata su carta certificata FSC (FSC - ACCREDITED) è uno schema di certificazione in grado di garantire al consumatore che il prodotto è realizzato con materiale proveniente da foreste gestite correttamente dal punto di vista ambientale, sociale ed economico.

NEI 2 CD



Chopin
I due concerti per pianoforte e orchestra

Maurizio Pollini e Martha Argerich

MULTIMEDIA

WEB

www.classicvoice.com

Un quotidiano on line dedicato alla grande musica, con notizie, anteprime, recensioni. E nello shop si possono ascoltare, sfogliare in anteprima e acquistare le nostre pubblicazioni.

TV

www.classicvoice.tv

La prima web tv dedicata alla classica e al jazz. Questo mese assaggi dei dvd d'opera (ma non solo) in vendita nei migliori negozi di dischi. La presentazione del nuovo bimestrale "Antiqua"

RADIO

www.classicvoice.fm

24 ore su 24 di grande musica da ascoltare durante le ore di lavoro o nel tempo libero. Ogni mese approfondimenti e monografie legate all'attualità musicale.



Leggi col tuo smartphone il QR Code ed entri subito in classicvoice.com

RUBRICHE

- 4 **CLASSIC POST**
La vostra posta, la nostra risposta
- 6 **IN SCENA**
Salonen alla Scala con il capolavoro di Janáček, regia di Chéreau
- 14 **RADIO/TV/SAT**
A tutto Strauss con "Arianna" su Radio3 e "Il Cavaliere" su Classica
- 16 **VTAGGI MUSICALI**
Il Carnevale a Colonia, quando la città si trasforma in una festa di strada
- 18 **III-IT**
Nell'home entertainment la 3D tv è pronta a giocare la sua gara
- 59 **RECENSIONI CD & DVD**
- 73 **LETTURE**
- 74 **DAL VIVO**
- 82 **CLASSIC BLOG**

SERVIZI

- 20 **ANNIVERSARI - IL PROFILO**
Torna ad affacciarsi l'enigma Chopin, nel duecentesimo anniversario della nascita
- 34 **ANNIVERSARI - IL PIANISTA**
Visionario ma non manierista. Così è Chopin secondo Maurizio Pollini
- 36 **ANNIVERSARI - GLI INTERPRETI**
Alla sicurezza occorre sostituire il dubbio, la sorpresa, il tremore. Come improvvisando, diceva André Gide
- 38 **ANNIVERSARI - DIZIONARIO**
Tutte le parole che compongono il mondo musicale del Palacchio
- 42 **TECNOLOGIA**
L'Opera in diretta sul computer di casa. Un futuro comodo, che non cannibalizza il live, anzi lo promuove
- 44 **RACCONTI MUSICALI**
La verità supera la fantasia. Come in questo inedito (primo di una serie) su Monteverdi alle prese col Sant'Uffizio
- 48 **INCHIESTA**
Se i teatri Usa alzano bandiera bianca, i social network ricomano agli scatti della lirica last minute
- 56 **ANTICA**
Riemerge dall'oblio la tragedia dei catarì. Protagonista assoluto l'archeologo della musica Jorifi Savall

32 **ATTUALITÀ**
Conta di più l'appeal estetico o il talento canoro anche se pesante o agé?



Riflessioni sulla disputa "Zeffirelli-Dessi", nel Bel Paese che ha occhi solo per le veline

36 **LA CANTANTE**
Waltraud Meier, overdose e fuga da Wagner



Chiuso il sipario sparisce Isolde per far posto a una donna che non ascolta dischi né va all'opera

38 **STRUMENTI**
Se il pianoforte (Fazioli) è come una Ferrari che morde il terreno



Costruito con un ideale sonoro. Senza trascurare la cura maniacale del dettaglio

INGHIESTA

DI ANNA FRANINI

USA & sconta

Con la crisi di banche e finanziatori, teatri e associazioni operistiche statunitensi alzano bandiera bianca. E chiudono. E allora c'è il social-network con la lirica last minute. A San Francisco ha funzionato



"Barack Obama. A Champion for the Arts". Era questo uno dei motti di un Obama in corsa per la casa Bianca. A conti fatti, pare che nel New Deal obamiano si voglia tener conto dell'arte, cosa che tradotta in dollari equivarrebbe allo stanziamento di 100 milioni metà dei quali destinati a sostenere l'occupazione nel settore. "L'arte rafforza l'America ecco perché siamo convinti che l'America debba rafforzare l'arte" è stato dichiarato dall'uomo più poten-

LA MUSICA DEL PRESIDENTE

L'i-Pod del Presidente Barack Obama è a prova di musica senza barriere. Ci sono song di Bob Dylan, di Sheryl Crow, leggende del jazz come Miles Davies, Charlie Parker, e pure classici, anche se il violoncello è suonato da quell'eclettico di Yo-Yo Ma. Durante la campagna elettorale, Obama scacciava la tensione ascoltando *Maggie's Farm* di Dylan. Quand'era Senatore ha patrocinato società di musica, jazz e classica, tra cui The Mostly Music di Chicago.

approfondisci sul **WEB**

Opera America conta 120 compagnie d'opera in 43 stati, più altre 19 in sei province del Canada. www.operamerica.org

te del mondo che, appunto, è intenzionato a dare nuova linfa al National Endowment of the Arts, cioè all'organismo ufficiale che sovrintende le Arti. Per dimostrare che si fa sul serio, o che almeno vi sarebbero tutte le intenzioni per agire in tal senso, dalla scorsa primavera la stessa First Lady ha avviato alla Casa Bianca un ciclo di concerti di musica senza barriere, nel senso che si passa da sessioni jazz, alla country music, e pure alla classica con i prediletti Joshua Bell e Sharon Ishin in duo nel nome di Paganini.

Premesse incoraggianti. Tuttavia la recessione ancora da profondo rosso sta rendendo la vita dell'arte assai difficile addilà dell'Oceano, ne sa qualcosa un genere non certo moltiplicatore di denaro, anzi, come l'opera. Sono tanti i teatri e le associazioni artistiche che hanno alzato bandiera bianca, costretti a chiudere i battenti perché le casse sono vuote.

Proprio un anno fa, di questi giorni (febbraio 2009), Michael Kaiser, presidente del Kennedy Center, lanciava l'iniziativa "Art in crisis". Si tratta di un piano - tuttora attivo - di assistenza per le istituzioni artistiche sul punto di affondare. Kaiser in persona e il suo team mettono a disposizione la decennale esperienza di settore con servizi di consulenza. L'iniziativa ha attecchito? Eccome, basti pensare che tempo 24 ore dal lancio di www.artsinercrisis.org e il sito già traboccava di email di richiesta di soccorso. Kaiser, ormai invocato come il missionario delle arti, il 18 marzo 2009 ha pure inaugurato la prima tappa del viaggio in cinquanta Stati per discutere in loco quali strategie di sopravvivenza mettere in moto.

L'arte a stelle e strisce soffre in generale, ma è pur vero che la crisi sta mettendo a nudo anzitutto la vulnerabilità del genere operistico. Già si contano i morti sul campo. Non ce l'hanno fatta l'Opera Pacific, la Baltimore, Connecticut e Orlando Opera, per esempio. L'Opera di Baltimore suggerisce al suo pubblico delle alternative, si va dalla macedonia di hit operistiche servite in ristoranti della Little Italy (tipo la Germano's Trattoria) a sale che offrono spettacoli di facile presa, e dubbio gusto. La Connecticut Opera, fondata dall'italiano Frank Pandolfi, figurava tra le sei più vecchie compagnie d'opera degli States, eppure nel febbraio 2009, dopo 67 onorate stagioni, ha dichiarato la resa.

L'Opera di Los Angeles prima ha lanciato allarmi, quindi un'esplicita richiesta della bellezza di 14 milioni di dollari per sanare il deficit. S'è aperto un lungo dibattito fra i sostenitori della causa del teatro, pronti a ricordare che un teatro deve pianificare con largo anticipo le stagioni, e il tonfo economico non era previsto, o non in questi termini. Altri ribattono che va stretta la cinghia. Morale, la Contea di Los Angeles s'è messa una mano sul cuore e ha sborsato il necessario.

Negli Stati Uniti è tempo di tagli. L'Opera di Atlanta metterà in cartellone tre soli titoli per la stagione 2010-2011 a fronte di un budget decurtato del 21%. Pure Kenneth Feinberg, General Manager dell'Opera di Washington, ha annunciato che ridurrà il numero degli spettacoli, congelerà salari operando pure dolorosi tagli sul personale. Washington ha i conti in pareggio, grazie all'azione di generosi sponsorizzatori, ma lo stesso Plácido Domingo, Direttore Generale, ha ammesso che la strada di Feinberg, alla fine, è l'unica percorribile.

Già, beate sponsorizzazioni. Beate in un Paese come gli Usa dove il supporto dello Stato equivale all'1% del budget di un teatro, il botteghino contribuisce per il 36% e i privati per 58%. Lo ricorda Patricia Kiernan Johnson,

Marketing & Media manager di Opera America: la grande cupola, creata nel 1970, sotto la quale vivono 120 compagnie d'opera, in 43 stati. L'istituzione interviene in tutto ciò che inerte l'opera, si va dalla cura delle difficili operazioni di visto per gli artisti (sappiamo che è un'impresa varcare i confini americani per lavoro) alla creazione di scambi internazionali. Il punto è che ora i mecenati non sponsorizzano più a scatola chiusa e neppure puntano su progetti di un certo respiro. "Preferiscono contribuire con l'acquisto di biglietti della singola produzione, e per giunta all'ultimo minuto. Questo approccio rende difficoltosa l'organizzazione di una stagione d'opera. Le compagnie tendono, dunque, a mettere in cartellone spettacoli che siano una garanzia, non possono correre rischi lanciandosi in produzioni sperimentali", lamenta Marc Scorca, Ceo di Opera America. Le due massime garanzie di successo sono entrambe frutti pucciniani. *La Bohème* e *Tosca*, seguite da *Traviata* e *Le Nozze di Figaro*: appunto il quartetto di opere più rappresentate negli States. Quanto alle opere americane, ci rammenta la Kiernan Johnson, la palma della più rappresentata va a *Porgy and Bess* di George Gershwin, *Cold Sassy Tree* di Carlisle Floyd, *Candide* e *West Side Story* di Leonard Bernstein.

La peculiarità dell'opera in America risiede nel fatto che si muove in un territorio vasto e dunque diversificato. "Ogni teatro d'opera è lo specchio della città in cui risiede, dell'entusiasmo e gusto del pubblico locale. Per esempio, nel Midwest, vari teatri di piccola o media grandezza sono animati da un acceso patriottismo per cui tendono a promuovere il repertorio americano. Il caso dell'Opera Theatre di Saint Louis, la Lyric Opera di Kansas City e Tulsa Opera. I teatri di punta tendono invece a proporre un mix di produzioni tradizionali e innovative così da soddisfare spettatori navigati e neofiti", spiega Scorca.

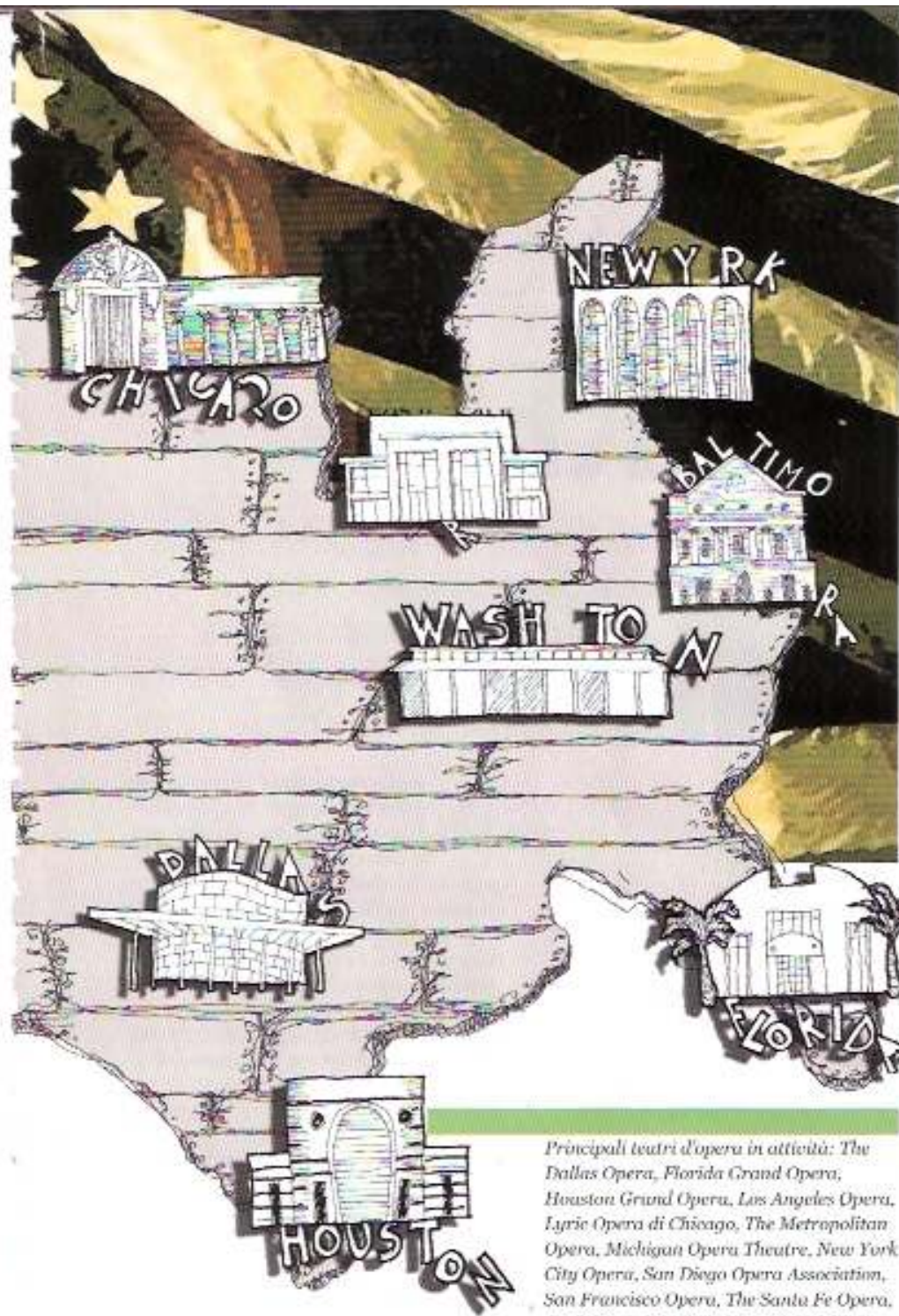
Diverse sono dunque anche le iniziative messe in campo per scongiurare la crisi. Il teatro dei teatri, il Metropolitan di New York, è quello che più di tutti cerca di inventarsi nuove strategie. Peter Gelb, dal 2006 general manager del Met, ha lanciato numerose operazioni per rinvigorire il teatro numero uno d'America. La più vincente corrisponde al "Metropolitan Opera: Live in Hd," vale a dire la serie di spettacoli trasmessi in tempo reale e in alta definizione nelle sale cinematografiche america-



Teatri d'opera stroncati dalla crisi:
Baltimore Opera.
Connecticut Opera, Orlando Opera, Opera Pacific.

ne, Europa e Giappone. A proposito dell'eterogeneità dei teatri americani, New York rappresenta un caso a sé. È l'unica città statunitense ad ospitare due grandi compagnie d'opera, cioè il Metropolitan, classe 1880, 200 alzate di sipario all'anno, e due dozzine all'incirca di titoli in cartellone. Poi c'è la New York City Opera, classe 1943, la seconda più ampia compagnia d'opera dopo il Met. La Nyco, nata come "opera per il popolo", così da diversificarsi dal più esclusivo Met, è uno di quei teatri che più soffre. Nel 2008, 32.9 milioni di dollari d'entrate sono stati superati da 44.2 milioni di spese, per un deficit di 11.3 milioni. Deficit che, quanto al Met, corrisponde a 4 milioni di dollari. Dalle colonne del "New York Times" ci si è chiesti, l'estate scorsa: "In tempi di recessione, è il caso che il Gm Peter Gelb spenda anziché tagliare?" S'è puntato l'indice sull'agenda ambiziosa, ricca di artisti non proprio a buon mercato e troppe nuove produzioni. Dal teatro, s'è replicato che in virtù di nuove strategie, il pubblico è comunque aumentato del 12% e grazie al programma di diffusione dell'opera nelle sale cinematografiche, è addirittura triplicato. Ecco i numeri: nella passata stagione gli spettatori che hanno seguito le produzioni del Met "a distanza" erano 1.7 milioni, quelli che si sono recati al Met erano 868.644 (nel 2005-6 erano 802.485). Nel frattempo la Nyco è passata dalle 16 produzioni solite e altrettanto usuali 40 milioni di budget a 25 milioni di dollari per cinque opere.

Cifre, ansie, dibattiti e accuse divulgate dalle colonne dei maggiori giornali americani. Quelli che però, proprio come accade nella vecchia Europa, al di là delle polemiche,



Principali teatri d'opera in attività: *The Dallas Opera, Florida Grand Opera, Houston Grand Opera, Los Angeles Opera, Lyric Opera di Chicago, The Metropolitan Opera, Michigan Opera Theatre, New York City Opera, San Diego Opera Association, San Francisco Opera, The Santa Fe Opera, Utah Opera Washington National Opera*

che e notizie di fuoco, sono sempre meno interessati a divulgare il mondo dell'opera. "Gli sponsor notano che all'opera manca la copertura mediatica di un tempo, quindi sono poco stimolati a investire su questo genere" rimarca Scorca.

Comunque non è solo la crisi a far danni all'opera. Secondo alcune ricerche, sono sempre più gli statunitensi che si gustano le Belle arti standosene comodamente in casa, sfruttando Internet e media vari. E allora c'è chi vuole prendere gli internauti in contropiede. E questo accade anzitutto nell'area più tecnologizzata degli States, la California del Nord, con San Francisco in testa. Karen Hershenson, direttore della comunicazione delle San Francisco Performances, è convinta che per catalizzare l'attenzione del pubblico (tanto per capirci, definito "acquirente del biglietto") bisogna puntare sui social-network, sulla trasmissione di email, su centri di informazione online grazie ai quali pubblicizzare sconti speciali e last minute. Una strategia vincente considerato che i biglietti della stagione di

San Francisco l'estate scorsa sono stati venduti tutti in 72 ore. E pare che pure le tribù di Facebook portino nuova linfa nelle sale di musica.

Mentre scriviamo si tiene alla Casa Bianca un incontro sullo stato di salute dell'arte negli Stati Uniti. Mr. Scorca, fa qualche giro diplomatico, ma alla fine dichiara apertamente: "Sappiamo che il Presidente crede nell'arte, però non sono ancora note le leggi che dovrebbero incentivarla. Non abbiamo ancora visto una variazione politica di forte impatto. Sappiamo che il Presidente crede nella cultura e sta dialogando con lo State Department per aumentare l'impegno degli artisti Usa in missioni diplomatiche e programmi culturali in giro nel mondo". Si aspetta, dunque. 9

Opera in America: i numeri

SPETTATORI

Nel 2008, 4,8 milioni di adulti hanno seguito almeno un'opera in un anno. Età media: 48 anni. Il 5,2% degli adulti laureati o con diploma superiore ha assistito a un'opera.

NUMERO SPETTATORI

Nel 2008 le compagnie d'opera americane hanno alzato il sipario 1.990 volte

su un totale di 414 stagioni e festival.

SPETTATORI DA CASA

La percentuale degli adulti che seguono l'opera da casa, via tv o altri media, ammonta a 11 milioni, cioè il 4,9% della popolazione.

IMPATTO ECONOMICO

Le compagnie d'opera contano

oltre 55.000 dipendenti. Le spese dell'opera americana e canadese per l'anno fiscale 2008 ammontava a 891 milioni e i ricavi a 936 milioni

NUOVE PRODUZIONI

Negli ultimi trent'anni, negli Usa sono state rappresentate 200 prime mondiali, 19 nel 2008.