

3 CD BRENDDEL INTERPRETA LISZT  
ALBUM RICHTER E ROSTROPOVIC IN BEETHOVEN

# CLASSIC VOICE

PIÙ VOCE ALLA GRANDE MUSICA

## ARRIVEDERCI SCALA

Il bilancio  
di Barenboim  
E gli *spettatori*  
la promuovono  
(o quasi)

DUALISMI  
Chailly vs Gatti  
sfida in vista

Nei 2 Album  
**Beethoven**  
Integrale delle  
Sonate per  
violoncello  
e pianoforte  
Rostropovic  
Richter

Mensile n.180  
maggio 2014

communication  
publishing  
www.ggpublishing.it

ISSN 1592-0186

€11



**N**on appena si è diffusa la notizia, il telefono ha preso a squillare, seguito da una pioggia di email. Il telefono è quello dell'impresa di management musicale Studiomusica e del suo "braccio" americano Italian Music Center. La notizia è che la nota agenzia ha deciso di occuparsi in modo sistematico della comunicazione, e dunque marketing, di compositori italiani. Ne ha scelti una decina, tra essi Giorgio Battistelli, Andrea Portera e Francesco Antonioni, e intende promuoverli in Italia e all'estero. Il cuore dell'attività pulsa negli Stati Uniti, precisamente nella Sixth Street New York dove - da marzo - è attivo un ufficio di rappresentanza che si aggiunge a quelli di Los Angeles e Bologna. "Siamo nati nel 2000, quindi credo che i tempi siano maturi per colmare anche questo buco nel mercato, ossia la collaborazione con i compositori. Non competiamo ovviamente con le multinazionali del settore, siamo una piccola impresa di 34 persone, però siamo consapevoli che il nostro Paese può ancora giocare la carta dell'arte italiana". Parole di Giorgio Barbolini, patron delle due società. Ha scelto di lanciare il suo progetto negli Stati Uniti perché "da

noi c'è molta più palude, mentre negli Usa tutto è più veloce, si parla di business in modo semplice e diretto. Se un progetto non piace segue un chiaro no, viceversa lo si fa decollare subito. Gli statunitensi negli affari possono essere spietati, è vero. Mi è capitato che una persona mettesse l'orologio sul tavolo spiegandomi che mi dedicava non più di 15 minuti, ma poi la cosa è piaciuta e il progetto si è realizzato".

È cosa naturale per un interprete affidarsi a una agenzia che lo rappresenta, non altrettanto vale per il compositore. Prendiamo Fabio Vacchi, per esempio, italiano fra i più eseguiti al mondo, con esecuzioni che vanno regolarmente oltre il battesimo e che circolano nelle sale che contano, con interpreti di nome. Vacchi fa da sé, non ha agenzie per



Nel "marketing" dei compositori tramonta il "fai-da-te" per dare spazio all'agente. Una strategia finora applicata agli interpreti

la promozione del suo operato. Cosa ne pensa dunque dell'iniziativa? "Interessante. Fino ad ora il compositore ha dovuto promuoversi autonomamente. Da giovane pensavo che fossero gli editori a occuparsi di noi, quando capii che non era così, mi misi nell'ottica di fare l'impresario di me stesso. Boulez ha sempre detto che il lavoro di un compositore non finisce con l'ultima nota sul pentagramma, ma con l'esecuzione, dunque fra collaborazione di una musica ed esecuzione ci sono operazioni intermedie altrettanto importanti". Vacchi racconta delle difficoltà iniziali a fornire spiegazioni quali: "La mia musica non è sospetta ideologicamente, sono attento ai criteri di percezione del pubblico, mi pongo il problema dell'ascolto". Fa da sé anche Lucia Ronchetti, compositrice di Roma lanciata in un

Germania - ma meno in Italia - con commissioni nei teatri di punta, addirittura sue opere vengono riprese con nuovi spettacoli, il caso di *Lezioni di tenebra*, che debuttò tre anni fa ed ora figura nel cartellone della Staatsoper di Berlino, in aprile avrà due prime assolute, l'una a Dresda e l'altra a Zurigo. "Io genero continuamente progetti di teatro musicale, scrivo l'opera e poi penso quali potrebbero essere i festival e gli interpreti adatti. A quel punto, sintetizzo in quattro pagine il mio testo e lo spedisco alle persone che potrebbero essere interessate". Un lavoraccio, anche frustrante, "capita spesso di ricevere risposte negative, ma io persisto. Per la verità, questo è un periodo in cui le risposte positive sono fin troppe e fatico a onorare tutti gli impegni". C'è poi una differenza sostanziale tra il mondo tedesco e quello italiano, in Germania c'è la possibilità di sperimentare e dunque di crescere, "si fa nuova musica ovunque, nei teatri, nelle cantine, per le strade, anche con piccoli budget. Il pubblico non manca mai, i critici sono critici, mi è capitato di ricevere anche 25 recensioni negative, per dire, ma quando sono positive questo hanno un valore e ripercussioni sulla tua carriera. Il dramma dell'Italia è che i battesimi sono eventi unici e speciali ai quali un compositore arriva spesso impreparato proprio perché non ha la possibilità di rodarsi". Altra cosa, i direttori artistici dei teatri sono ottimi interlocutori, "quando apprezzano un progetto, amano discuterne con il compositore. Spesso è proprio il confronto con queste persone che diventa il momento più interessante della attività".

Studiomusica intende così colmare un buco nel mercato promuovendo il repertorio già scritto, sollecitando commissioni e creando ponti fra i compositori e il mondo delle istituzioni. Bartolini non pensa a percorsi standardizzati, "ogni compositore va trattato in modo sartoriale, bisogna entrare nel suo mondo e capire gli obiettivi. C'è chi vuole puntare su nuove commissioni, chi desidera aprire i cassetti pieni di cose inascolte. L'idea è quella di creare contatti con orchestre, teatri, festival, attingere alle banche dati di musicisti, esplorare fiere, come quella di Opera Europa a Venezia, ma anche quelle americane e asiatiche: importanti punti di incontro".


Certo, qualche errore è stato fatto dai compositori stessi "in troppi si sono arroccati su posizioni di ricerca scostandosi dal pubblico. Sono fermamente convinto che la Contemporanea vada tolta dal ghetto, e vada inserita con naturalezza in programmi classici. Io non sono a favore dei festival monotematici, l'oggi andrebbe accostato al grande repertorio".

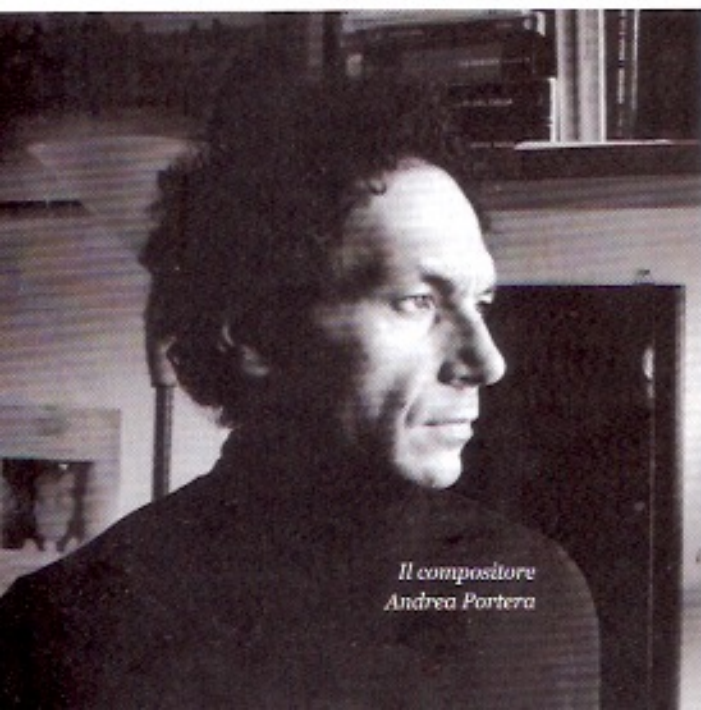
Certo, il cliente-compositore non è un artista qualsiasi. Nicoletta Tassan Solet cura la comunicazione di Silvia Colasanti e sostiene che "è molto consapevole di ciò che vuole comunicare, possiede la razionalità del creatore. Data l'estrema sproporzione tra offerta e domanda di musica contemporanea, chi compone si è posto con maggiore scientificità il problema di come affrontare il mercato e il rapporto con la società". Così accade che sia la Colasanti "in prima persona a parlare, sia in quanto soggetto di comunicazione mediatica sia in quanto soggetto di relazioni istituzionali. Poi ci sono tecnici, persone come me per la comunicazione e Lucia Mencaroni per la parte istituzionale e commerciale che semplicemente si fanno carico di trovare occasioni, modi e condizioni affinché il lavoro dell'artista possa svolgersi nelle condizioni migliori e con la maggiore

# CREATIVI da piazzare

partecipazione possibile".

Non è semplice comunicare un compositore, comunque "Oltre alla sproporzione tra domanda e offerta musicale, esiste anche un problema di notiziabilità", prosegue Tassan Solot. "Non sempre ogni nuova e bella creazione o interpretazione costituisce, di per sé, una notizia. E, in questo senso, si spiega anche la necessità di un mediatore qual è l'addetto stampa, il cui ruolo deve essere appunto quello di far sì che questi due universi o sistemi si incontrino il più spesso e meglio possibile".

Mimma Guastoni per anni direttore e amministratore delegato di Casa Ricordi, quindi approdata a Rai Trade, riferisce che "negli anni Settanta e Ottanta, da un punto di vista della comunicazione c'era un atteggiamento che non era quello dell'evento in sé: si andava per contenuti. La critica era più influente, c'erano recensioni che erano piccole lezioni di musica, penso agli scritti di Massimo Mila o Rubens Tedeschi. Ora ci si limita, quando va bene, all'annuncio". La comunicazione passava anzitutto attraverso la radio, ricorda ancora la Guastoni, "si mandavano in onda le nuove musiche e anche le notizie del compositore. Spiega constatare che ci sia disattenzione sul perché i compositori italiani siano considerati fra i migliori al mondo. E così capita che artisti come Francesco Filidei vengano eseguiti in maniera quasi forsennata all'estero, penso anzitutto alla Germania, mentre non decollano da noi. Ecco, in Germania la comunicazione la fa il contenuto stesso: la musica. Che se piace, e dunque ha buone critiche, porta nuove commissioni". In Casa Ricordi, spiega la Guastoni, un tempo c'erano sei persone dedite alla promozione. "Viaggiavamo continuamente, in giro per il mondo per far conoscere nuove partiture. Sì, si faceva promozione. Ora mi sembra che valga anzitutto il passaparola. Il rovescio della medaglia è che oggi si dispone di un mezzo speciale che è il web: considero YouTube un importantissimo veicolo di comunicazione per il compositore". E anche per gli agenti, pronti a "vendere" i loro presunti Mozart. 



Il compositore  
Andrea Portera

## LA POLEMICA

### Maledetta "Prima"

Contro il sistema delle commissioni "a richiesta", occorre opporre strategie precise, scelte coraggiose, sfidando l'incognita della novità a tutti i costi

Di che cosa può vivere un compositore? Può insegnare (è il caso più frequente), può dirigere, a diversi livelli (come Maderna, Boulez, Eötvös, Berio, Stravinskij) o suonare (come Holliger, insigne oboista e buon direttore): non è pensabile, oggi, che viva esclusivamente della vera e propria attività compositiva, di diritti d'autore e di commissioni. Le commissioni potrebbero essere un riconoscimento significativo e una fonte di reddito (anche se accade che a un compositore si chieda un pezzo considerando la semplice esecuzione un compenso adeguato); ma György Kurtág non è il solo che afferma di non poterle accettare, perché non sa quando e come porterà a termine un lavoro. Si potrebbero creare condizioni ideali per dare una commissione, nel pieno rispetto dei tempi e dei progetti dei compositori; ma non tutti i committenti sono disposti ad aspettare o/o a fare richieste "su misura", come sarebbe bello che accadesse: gli autori meno noti sono naturalmente i meno difesi. E allora può capitare che musicisti illustri e meno illustri si trovino con l'acqua alla gola a inseguire scadenze che non sono stati in condizione di rifiutare. In un mondo ideale la commissione dovrebbe essere uno stimolo a realizzare un progetto nei tempi necessari. E le istituzioni davvero interessate al lavoro dei compositori non dovrebbero avere come scopo esclusivo quello di ottenere una prima assoluta: in attesa della novità commissionata potrebbero (dovrebbero) proporre altre cose.

Mettiamo per un momento tra parentesi le attività di festival e di altre organizzazioni aperte e attente (del tipo, per intenderci, di Milano Musica, o di Nuova Consonanza, o dei cicli del Divertimento Ensemble): nella maggior parte delle società di concerti e dei teatri l'apertura agli autori viventi o non esiste o fa quasi sempre un uso distorto e limitante della commissione, imponendo come condizione imprescindibile di avere una novità assoluta scritta appositamente. Così accade che in Italia si bruci in cinque repliche in cinque giorni consecutivi il memorabile *Doctor Faustus* di Manzoni con la regia di Wilson, che scompaia il teatro di Berio e che sia del tutto ignorata buona parte delle opere recenti di Sciarrino, oltre all'unica di Lachenmann: ho citato deliberatamente esempi diversissimi (tra centinaia che avrei potuto farne) per far capire che la mondana ossessione della novità impedisce la normale vita che dovrebbe avere il lavoro di un compositore. E l'uso distorto della commissione è un bico pretesto per non assumere la responsabilità della scelta: proporre una ripresa, oppure la prima italiana di un lavoro che ha trionfato all'estero, significa compiere una scelta precisa, invece di mettersi al riparo dell'incognita della novità commissionata. Eppure le seconde e terze esecuzioni o rappresentazioni sono necessarie quanto gli stimoli che possono venire da una commissione proposta in modo rispettoso. Le non-scelte in questo campo sono uno dei punti deboli della politica della Scala nel decennio di Lissner: cito non per caso un teatro cui non sono mancati né i mezzi, né, in altri ambiti, la volontà di apertura.