



### La «strana» Carmen inaugura Caracalla

➊ Dopo l'osannata versione del «Flauto Magico», l'Orchestra di Piazza Vittorio rivisita «Carmen» di Bizet in collaborazione con l'Opéra Théâtre de Saint-Étienne. Lo spettacolo arriva per la prima volta in Italia a Roma: aprirà la stagione estiva dell'Opera a Caracalla il 24 giugno alle ore 21.

# La Scala per l'Expo

## Per la prima volta l'ente lirico resterà aperto anche da maggio a ottobre

**Barenboim saluta e da settembre arriva Chailly**  
In cartellone 17 opere, sette balletti, una trentina fra recital e concerti e persino un festival internazionale delle orchestre

MILANO

L'AU REVOIR DEL MAESTRO Daniel Barenboim, il ritorno del tenore Roberto Alagna, il debutto di Alexander Pereira come sovrintendente, da settembre per (almeno) un anno, l'arrivo a gennaio di Riccardo Chailly come direttore principale. Sullo sfondo Expo, cui dal primo maggio al 31 ottobre 2015 la Scala offrirà il proprio contributo rimanendo ininterrottamente aperta, per la prima volta nella sua storia. La stagione scaligera 2014-15 si annuncia in discontinuità rispetto al passato e particolarmente corposa, grazie ad un cartellone *oversize* con 17 opere, *La Cenerentola* dedicata ai bambini (con l'obiettivo di portarne in teatro 25mila), 7 balletti e una trentina tra recital e concerti, compreso un festival internazionale delle orchestre nei sei mesi di durata di Expo. Il tutto tentando la quadratura sempre complicata di bilancio, tra nuove strade da battere e il ricorso consolidato alle sponsorizzazioni (4 milioni sono già sicuri).

«In Italia c'è il pubblico più critico al mondo», sostiene Pereira presentando la stagione insieme al sindaco di Milano, Giuliano Pisapia, e chiedendo un «periodo di generosità». Il riferimento diretto è ad Alagna, tenore italo-francese fischiatto nel 2006 durante l'*Aida* (allora abbandonò il palco), che tornerà nella *Tosca* di Puccini, tra fine giugno e inizio luglio dell'anno prossimo. Come già annunciato, il sipario sulla stagione si aprirà il 7 dicembre col *Fidelio* di Beethoven, regia di Deborah Warner, diretto da Barenboim, che con quest'opera concluderà il suo periodo di direzione musicale alla Scala.

A seguire diverse nuove produzioni, tra cui *L'incoronazione di Poppea* di Monteverdi, l'*Aida* di Verdi (regia Peter Stein, direttore Lorin Maazel), e *Lucio Silla* di Mozart. Poi la ripresa, a marzo, della *Carmen* con la regia di Emma Dante, che aveva aperto la stagione 2008. Dal primo maggio 2015 (ma manca ancora l'accordo con i sindacati) inizierà il



Il maestro Chailly, direttore

cartellone speciale per Expo, con la *Turandot* nella versione Puccini-Berio diretta da Chailly. Seguirà la prima mondiale di *Co2* (tratta da *Una scomoda verità* di Al Gore) di Giorgio Battistelli, in tema con Expo. Altri titoli dell'estate-autunno 2015 saranno *Otello* di Rossini (che mancava dalla Scala dal 1870) diretto da John Elliott Gardiner e scene di Anselm Kiefer, la *Bohème* con regia di Zeffirelli con Gustavo Dudamel a dirigere l'Orchestra giovanile Bolivar, *Cavalleria Rusticana* e *Pagliacci* nell'allestimento di Mario Martone, la *Lucia di Lammermoor* con Diana Damrau, il *Falstaff* con Daniele Gatti. Ultimo titolo, che chiuderà anche Expo, sarà *Fin de partie* di György Kurtág, ispirato al testo di Samuel Beckett.

Corpose le stagioni sinfonica e balletto (per quest'ultima si parte il 18 dicembre con lo *Schiaccianoci*, coreografia Nacho Duato, étoile Roberto Bolle). Infine, dal 2 maggio al 27 ottobre i concerti nell'ambito del festival delle orchestre internazionali, che includono una *Missa solennis* di Beethoven e un ciclo Schubert con Barenboim al piano.

Soddisfatti il sindaco Pisapia e il commissario unico di Expo, Giuseppe Sala. «Il teatro sarà aperto tutti i giorni garantendo un'altissima offerta culturale ai milioni di visitatori», ricorda il sindaco. La soddisfazione nasce anche dalla tregua firmata con Pereira dopo la vicenda dell'acquisto degli allestimenti del festival di Salisburgo da parte di quest'ultimo mentre era ancora solo consulente della Scala (come il *Lucio Silla*), vicenda che gli è costata l'accorciamento del contratto e una bufera di polemiche. Ma, anche per evitare ulteriori problemi per Expo, Pereira è stato comunque confermato sovrintendente. «Il sindaco mi ha fatto il più bel regalo e voglio ringraziarlo, anche dopo aver subito qualche imbroglio», dice. E non si capisce se il termine «imbroglio» sia dovuto al suo essere austriaco o sia il classico *lapsus freudiano*. Sorrisi e imbarazzo in sala, mentre Pereira appare contrito: «Non so se la mia collaborazione con la Scala sarà lunga o breve, ma posso garantire tutto il mio entusiasmo».

Il sovrintendente ha già apportato alcune modifiche alla biglietteria: aumento del prezzo per le opere del repertorio tradizionale (da 210 a 250 euro), ma ingressi più economici per le contemporanee, oltre all'introduzione di offerte low cost (l'iniziativa «Scala aperta»: venti recite al 50% del prezzo in vendita un mese prima), che «a Zurigo hanno avvicinato all'opera molte persone, spero succeda anche qui». Cambio anche per gli abbonamenti: il carnet a dieci recite sarà arricchito di un titolo, ma costerà 130 euro in più.

Un brand è un brand  
Ma l'Unità è un super brand



TOCCO&amp;RITOCCHO

RENZI HA DETTO CHE L'UNITÀ È UN «BRAND». INCASSIAMO E PORTIAMO A CASA

Già, essere un «brand» è meglio di niente. È già qualcosa, benché la parola in passato non ci ha portato molta fortuna (quante volte l'abbiamo sentita, tra paper, questionari, creativi arroganti che ne sapevano meno di noi e restyling vari!). E forse Renzi ha voluto far digerire l'Unità a chi non la ama affatto. Ma che cos'è un brand? È un marchio commerciale che corrisponde ad un «target», a un obiettivo di mercato: un bersaglio a cerchi concentrici. Con dentro segmenti diversi di consumatori. Quel marchio deve colpire e coprire il bersaglio. Con la capacità di offrire elementi di fruizione disparati - ma congiunti nel medesimo prodotto - a singole unità di fruitori. Che poi messi insieme fanno massa.

La logica del brand è vendere, simulando la capacità di soddisfare la domanda. Anticipando il desiderio del fruitore, persino inventandolo, o portandolo alla luce dell'immaginario. Di qui calcoli complicati e previsioni. Da impacchettare *semiologicamente* in un messaggio pubblicitario. Da questo punto di vista il brand è un *algoritmo*, che include *memoria* e *istruzioni*: fatta base X tutti quelli che hanno comprato Y, come far sì che X divenga X più Delta? Mutando i caratteri di Y e ampliando la base di X? O magari restringendo X, con una modifica qualitativa e di prezzo di Y? E qui nascono le diverse strategie aziendali. Che accorpano e sminuzzano, dividono e prevedono statisticamente. Bene, ma con tutto il rispetto per gli algoritmi, che c'entra l'Unità con tutto questo? Poco, se non per vendere qualche buon collaterale. Infatti l'Unità, non è (solo) un brand. È un simbolo, un *significante*. Un segno di identità collettiva attraverso le generazioni. Insomma è un'anima sociale ben precisa: è l'indole di sinistra del Pd e dintorni. Un *super brand*: perché chi la compra dovrebbe scegliersi. Scegliere se come persona. Se così non sarà più, resterà solo un bel ricordo. Con valore commerciale. Come le figurine Panini.

## Capossela rilegge Saint-Saens. Si parte stasera da Ravenna

DOPO DICIASSETTE ANNI VINICIO CAPOSSELA TORNA AL RAVENNA FESTIVAL, STASERA ALLA PINETA DI SAN GIOVANNI, per presentare *Il Carnevale degli animali e altre bestie d'amore*. Il nuovo spettacolo, tra travestimenti «bestiali» e incursioni teatrali, comprende l'esecuzione del *Carnevale degli animali*, una suite composta da Camille Saint-Saens nel 1886, articolata in quattordici brani di breve durata ispirati ad altrettanti animali o personaggi, e una serie di canzoni di Vinicio Capossela, in parte editte come *La Cicogna* e *Zarafa*, e in parte inedite, cucite insieme in un racconto che conduce il pubblico tra le storie di animali celebri, simbolismi e bestiari. Bestie cantate per farci un giro da «bestie incantate», come venivano chiamate le bestie che si esibivano con i saltimbanchi. Soltanto che le bestie sotto incantesimo siamo noi, come ben scrive James Hillman in *Animali del sogno*. Voce narrante per questa prima sarà Ermanna Montanari del Teatro delle Albe. Poi, tour in tutta Italia.