

Intervista a **Mario Menicagli** direttore della Compagnia del Teatro dell'Opera

Nella prima conferenza stampa hai annunciato che ci saranno otto rappresentazioni operistiche.

Con quale criterio è stato composto questo primo Cartellone ?

Prima di tutto devo precisare che la scelta del cartellone, come quella della maggior parte delle decisioni rilevanti del progetto, sono prese di comune accordo con i responsabili dei vari settori.

La scelta, avvenuta all'unanimità, è stata chiaramente indirizzata su un percorso nazional-popolare, quindi su opere di vasto richiamo e popolarità.

Eccezion fatta per Amica, già prodotta dal Festival Mascagni d'Estate nel 2005 e già annunciata nel cartellone del Goldoni di quest'anno. In entrambi i casi, per vicissitudini diverse, non è andata in scena... ci proviamo noi.

Naturalmente un occhio di riguardo lo diamo al cartellone del principale teatro livornese, il Goldoni, osservando bene di non sovrapporre, né nei titoli, né nelle date, la nostra programmazione.



In pochi mesi sono andate in scena "Cavalleria" e "Tosca" impresa, posso immaginare, faticosa e impegnativa.

Quali sono le maggiori difficoltà che avete incontrato?

Sinceramente quella che ci spaventava di più era quella strutturale. Il Teatro 4 Mori non è propriamente un Teatro d'Opera, ma la perseveranza e la competenza tecnica di alcuni nostri collaboratori, vorrei mettere in evidenza il sound engineer Michele Lippi, ha fatto in modo che si superassero gli ostacoli con ottimi risultati.

All'atto pratico la difficoltà più grossa è stata invece la comunicazione. Il costo che sosteniamo è elevatissimo, e la stampa, non tutta a dir la verità, non è certo dalla nostra parte.



I motivi sono facilmente riscontrabili e prevedibili, ma non ho nessun timore a definirli assurdi. Su gran parte della stampa livornese, tranne che in rari casi, non è mai stata annunciata la programmazione delle opere ai 4 Mori. Almeno la visibilità di una sagra contavamo di averla.

E a questo dobbiamo sopperire con messaggi promozionali a pagamento!!!

Fortunatamente qualcuno che ha riconosciuto la particolarità e il severo impegno del progetto c'è stato e quindi abbiamo avuto aiuti da Sky Classica, all'interno del suo Magazine e da RadioRai che dedica sistematicamente uno spazio gratuito ne "La Barcaccia" di Stinchelli. Per il resto non c'è che da ringraziare i nostri primi sponsor, in primo luogo la Mediterranea Spedizioni, poi di seguito la tipografia Debate, il Corriere di Livorno, la Bini Viaggi e la Non Solo Spettacolo Group che, in tempi non sospetti, hanno creduto nell'iniziativa.

Dai colleghi, dagli addetti ai lavori, dal pubblico quali reazioni avete avuto?

Nessuno ha nascosto che si tratta di un'impresa ardua e molti si sono già complimentati con noi per aver raggiunto il secondo appuntamento!!!

Le reazioni, per chi ci ha seguito e ci è stato vicino dalla fase progettuale sono state entusiastiche. Altri più scettici l'hanno presa come una sorta di sfida ai meccanismi istituzionali che spesso rallentano e limitano le iniziative.

Io sono direttore di un'Istituzione Comunale, la Clara Schumann di Collesalveti e so cosa significhi dirigere un Ente. Ma sarei ben felice se nel mio territorio giungessero iniziative private che si ponessero con garbo e modestia quale ulteriore offerta al preesistente. A Livorno sembra non sia semplice farlo capire... le novità sono sempre viste come un qualcosa che tocca un che di precostituito e immutabile.