

BIANCA DE MARIO

LA TOSCA DEL MET NEI CINEMA ITALIANI  
IL PUBBLICO E GLI SPAZI DI UN GENERE IBRIDO\*

ABSTRACT

Sin dal suo lancio nel dicembre del 2006, il *Live in HD* del Metropolitan di New York, ovvero la diffusione in alta definizione via satellite, in diretta o breve differita, di spettacoli d'opera nelle sale cinematografiche di diversi paesi del globo, ha suscitato un acceso dibattito nella musicologia, prevalentemente di matrice anglo-americana. Al centro dell'attenzione vengono poste questioni relative alla produzione, diffusione e soprattutto fruizione di quello che è un prodotto audiovisivo di natura ibrida. In occasione della diffusione della *Tosca* di Giacomo Puccini nella produzione di David McVicar (2018), è stato distribuito nei cinema italiani un sondaggio sulle abitudini, i gusti e l'approccio del pubblico al video d'opera. Dall'analisi dei dati ricavati e dallo studio topografico e socio-culturale degli ambiti di ricezione, il presente articolo mira non soltanto a tracciare le caratteristiche degli spettatori italiani dell'opera al cinema, ma a comprendere come gli spazi che accolgono un fenomeno di portata globale, contribuiscano a ridefinirlo e ricontestualizzarlo in chiave locale

PAROLE CHIAVE *Live in HD*, Opera al cinema, pubblico italiano, video d'opera, comunità locale

SUMMARY

Since its launch in December 2006, the New York Metropolitan *Live in HD* series, the satellite broadcast of high-definition live opera performances to movie theaters in various countries around the globe, has given rise to a heated debate in musicology, predominantly Anglo-American. Issues related to the production, dissemination and especially fruition of what has become a hybrid audiovisual product are at the center of attention. During the release of Puccini's *Tosca* under David McVicar's direction (2018), a survey on the audience's habits, tastes and approach to opera on video was distributed in Italian movie theaters. Through the analysis of the data obtained and the topographical and socio-cultural study of the areas of reception, the present article aims not only to trace the characteristics of the Italian opera viewers at the cinema, but also to understand how spaces that welcome a phenomenon of global scope, contribute to redefine and recontextualize it in a local key

KEYWORDS *Live in HD*, Cinecast, Italian public, opera on video, local community



NEL settembre 2021, dopo la lunga chiusura di 18 mesi imposta dall'emergenza sanitaria globale, molti enti lirici hanno riaperto le loro porte al pubblico. Tra questi il Metropolitan di New York che, dopo aver inaugurato la stagione con la nuova opera di Terence Blanchard, *Fire Shut Up in My Bones*, ha rimesso in scena la *Tosca* di Giacomo Puccini nella regia di David McVicar, produzione del 2018 ormai divenuta un classico nel cartellone del Met. Complice la pandemia, negli ultimi due anni il concetto di 'cartellone' è stato spesso assimilato o sostituito da quello di 'palinsesto', facendo sì che *Tosca* e molti altri titoli di repertorio del Met non perdessero di risonanza ma mantenessero la loro visibilità, che in certi casi è persino aumentata. Il *Nightly Met Opera Stream*, programma giornaliero di streaming attivato a partire dall'interruzione delle attività, ha infatti messo a disposizione degli utenti della rete, ogni sera e per le successive 23 ore, un nuovo titolo tra le centinaia del suo archivio di *Live in HD*.<sup>1</sup> La programmazione, costruita sulla base di un determinato tema o arco cronologico nella storia dell'opera (come *Myths and Legends*; *Leading Ladies*; *Verismo Passions*, ecc.), veniva pubblicata e diffusa all'incirca ogni tre settimane. Ne è risultato un palinsesto di 71 settimane, per un totale di 112 opere, che hanno ottenuto più di 21,2 milioni di visualizzazioni in 152 paesi.<sup>2</sup> Questi titoli erano, prima della chiusura, e sono tutt'ora disponibili *on demand*, attraverso la sottoscrizione di un abbonamento che consente di fruire della ricca offerta audio-videografica del teatro.

È all'interno di questo catalogo che compare anche la *Tosca* di McVicar, già nota sugli schermi italiani, in quanto parte dell'altra grande operazione a cui il Metropolitan diede vita a partire dal dicembre 2006, il sopracitato *Live in HD*, ovvero la diffusione in diretta (o breve differita) dei propri spettacoli nei cinema di tutto il mondo. L'iniziativa, subito seguita da altri enti o istituzioni liriche, quali il Covent Garden, il Festival di Glyndebourne, l'Opéra National de Paris o il Bolshoi di Mosca, senza dimenticare la 'Prima Diffusa' della Scala, ha rimesso in discussione numerose questioni legate a produzione, di-

\* I risultati dell'indagine contenuta in questo articolo sono stati presentati per la prima volta in una relazione presso lo Honors College della University of Pittsburg (online, 1° aprile 2021) e successivamente ripresi e ampliati nell'ambito del seminario *La sociologie de la musique et ses enjeux* per il Département d'Histoire de l'Art e de Musicologie dell'Université de Genève (online, 1 dicembre 2021). Ringrazio Alberto Iozzia e Alessandro Turba che, con le loro domande e i loro commenti, hanno contribuito all'approfondimento di alcuni aspetti di questo studio, sottoposto alla redazione nel 2023. La mia riconoscenza va a: QMI, nella figura di Luisa Giannitrapani, senza la cui mediazione questa ricerca non sarebbe esistita; Padre Marco Finco del Centro Franciscano Culturale Artistico Rosetum, per la collaborazione in fase operativa; Rosalba Miceli, per la consulenza e il confronto nell'elaborazione dei dati. Sono infine grata a Carlo Lanfossi e a Emilio Sala, per aver letto in anteprima queste pagine, contribuendo al loro miglioramento.

1. Nonostante il successo dell'iniziativa, i dati finanziari denotano anche nel caso del Metropolitan, un'enorme perdita finanziaria. Alcuni dati in merito sono stati recuperati da JACOBS, *The Met Opera Races to Reopen*.
2. I dati sono resi noti dal Metropolitan nell'apposita pagina web dedicata all'iniziativa e diffusi attraverso i social: <https://www.metopera.org/about/press-releases/nightly-met-opera-streams-to-come-to-an-end-july-25/> (consultato nel maggio 2025).

stribuzione e fruizione del genere da parte di un ampio pubblico, variegato ed eterogeneo.

Questo studio si propone di indagare la risposta italiana al fenomeno delle dirette d'opera nei cinema, attraverso un'indagine condotta nel 2018, durante la proiezione della *Tosca*, in svariate sale della penisola. Un'analisi comparativa dei dati raccolti prova da una parte a tratteggiare le caratteristiche del pubblico italiano dell'opera al cinema, dall'altro a mappare gli spazi che questo genere ibrido si ritaglia, delineandone alcune peculiarità. Qual è l'identikit del pubblico dell'opera al cinema? Quali sono le sue abitudini di ascolto e visione? Ma soprattutto cosa accade quando una rappresentazione di proporzioni globali diviene di pertinenza di uno spazio locale? Uno studio sull'opera al cinema oggi, alla luce dei cambiamenti vissuti dal marzo 2020 e della conseguente incertezza nelle modalità di produzione e fruizione degli spettacoli dal vivo, rischia di essere obsoleto. Ritengo tuttavia che proprio in questo momento storico si possa provare a capire e valutare se l'opera al cinema sia stata solo una meteora, un fenomeno circostanziato da ascrivere a una determinata stagione nella storia del rapporto tra opera e media, quella delle sfide tecnologiche al nuovo millennio, o se il suo impatto sia stato tale da sopravvivere all'attuale crisi globale, ritagliandosi un posto tra le pratiche mediali contemporanee.

## Gli studi sull'opera al cinema

La diffusione nelle sale cinematografiche di spettacoli d'opera dal vivo è un tema entrato al centro del dibattito internazionale, principalmente di quello anglo-americano, sin dai primi esperimenti del 2006, inducendo tanto i musicologi quanto gli studiosi di cinema e media, a porsi svariati interrogativi. Dopo aver assistito di persona alla prima di *The First Emperor* di Tan Dun nel dicembre del 2006, Antony Sheppard si recava in un centro commerciale di Albany (NY), per vederne il broadcast dal vivo (il terzo di quella prima stagione), in quello che definiva come il proclamato tentativo del Met di abbracciare il mondo del cinema, «to associate opera with film in a variety of ways».<sup>3</sup> Al termine della sua testimonianza, le sue domande riguardavano il cambiamento nello status del pubblico del broadcast, se il «vero pubblico» non fosse quello nella sala cinematografica, a tratti persino «migliore» di quello in teatro, in quanto fruitore di una serie di benefici che si pongono come 'sostituti della presenza', in senso antropologico.<sup>4</sup> Sheppard si chiede inoltre se gli enti

3. L'intento del Met di creare uno stretto legame tra il teatro d'opera e l'industria del cinema è, secondo Sheppard, esplicito, tanto a livello di produzione, per cui ci si sarebbe rivolti a registi cinematografici, quanto soprattutto a livello di distribuzione, con una rete che, costantemente in espansione, conta per il primo anno Nord America, Gran Bretagna, Norvegia e Giappone. Cfr. SHEPPARD, *Review of the Metropolitan Opera's New HD Movie Theater Broadcasts*.
4. «By the opera's end I realized that our position as an audience had changed considerably.

promotori di tali iniziative avrebbero dovuto cambiare alcuni aspetti della produzione o dello stile attoriale per adeguarsi allo schermo.<sup>5</sup> Citando Marcia Citron, per cui non può esistere competizione, ma miglioramento reciproco tra opera dal vivo e opera sullo schermo, Sheppard conclude la sua riflessione sollevando l'ipotesi che l'operazione offra una forma di esperienza dell'opera persino superiore di quella dal vivo, tanto che gli risulta difficile concepire un medium alternativo per la fruizione d'opera, che possa essere altrettanto attraente, almeno per i consumatori americani.<sup>6</sup>

Nel 2008 Paul Heyer, ripercorrendo le storiche sfide del Metropolitan con il fonografo e la radio, utilizza l'approccio della *Medium Theory* per lo studio dell'iniziativa newyorkese, che etichetta come «Digital Broadcast Cinema, (DBC)», e che include «la trasmissione nei cinema, o dal vivo o registrata [...] di varie produzioni d'arte e intrattenimento che, come il cinema, hanno un format narrativo».<sup>7</sup> Mettendo da subito in luce l'ibridità mediale di un prodotto che, ancorato a uno spettacolo dal vivo, sembra ammiccare al cinema sperimentale, senza rinunciare alle convenzioni del broadcast televisivo, lo studioso si domanda quale sia la natura della forma artistica a cui ci ritroviamo ad assistere e se la distinzione tra arte performativa e *recording arts* possa essere valida anche in questo caso, considerata la direzione forzata del nostro sguardo su quei determinati frammenti di performance stabiliti di volta in volta dall'occhio della telecamera.<sup>8</sup> Appare chiara, al termine del suo contributo, la difficoltà nel dare una definizione a un genere che, «più cinematografico del cinema stesso», nasce come prodotto dal vivo e che, nel momento stesso in cui è filmato e trasmesso, cambia la propria natura divenendo un video d'opera registrato, successivamente soggetto a un ulteriore processo di post-produzione da cui ricavare un DVD per la vendita.

Le analisi condotte da James Steichen nei suoi contributi sul tema mettono poi in luce come i broadcast di opere rappresentino una forma di adattamento dell'esperienza operistica che, per andare incontro a mutate circostanze economiche e istituzionali, diviene una sorta di docureality in stile televisivo. D'altra parte esse rappresentano quella che viene definita come «drammatur-

[...] Had we become the true or better audience?», *ibid.*, p. 385; «Will the closer proximity to home (for many of us), the relaxed dress code, comfortable seating, backstage access and documentary and trailer bonus features serve as a substitute for "being there"?», *ibid.*, p. 386.

5. «If these movie-theater transmissions develop into a profitable venture, will the Met and other opera companies change aspects of production and acting style to better suit the screen?», *ibid.*, p. 387.
6. Il riferimento di Sheppard è CITRON, *Opera on Screen*, p. 8.
7. «Although the term eludes precise definition, DBC as it is elaborated here can be said to include the broadcast into movie theatres, either live or recorded (some Met broadcasts are repeated as encores), of various arts and entertainment productions that, like cinema, have a narrative format. This would include ballet, musicals, and theatrical productions; it would exclude sports, concerts, and newsworthy public events», cfr. HEYER, *Live from the Met*, p. 593. Il corsivo è dell'autore, la traduzione è mia.
8. Heyer si basa in particolare sulla distinzione proposta da James Monaco. Cfr. MONACO, *How to Read a Film*.

gia istituzionale», ovvero l'insieme di pratiche di promozione di tipo autopromozionale attivate da un ente artistico.<sup>9</sup> Pur incoraggiando la visione dei broadcast d'opera per i vantaggi e le innovazioni che essi portano con sé, lo studioso non rinuncia a decretarne il carattere mediatico monopolizzante, che rischia di muovere a discapito di svariate realtà locali dalle più contenute ambizioni promozionali, ma guidate da una missione artistico-culturale e formativa imprescindibile. Le domande che sorgono dalle sue riflessioni guardano alle ripercussioni che l'iniziativa avrà, una volta (e se) superata, tanto sulle performance dal vivo sul territorio locale e nazionale, quanto in termini di percezione estetica e fruizione da parte del pubblico operistico.

In un suo recente articolo sull'impatto del web e dello streaming sulla ricezione della lirica, Nicolò Palazzetti si sofferma in modo particolare sul caso del *Live from the Met*, ricordando come molti studiosi di opera abbiano letto questo fenomeno come «il coronamento della teoria di Philip Auslander (2008) sull'indivisibilità tra le forme della performance dal vivo o live e le forme della performance mediata o “mediatizzata” (mediatized performance)». <sup>10</sup> Si sofferma inoltre sulle possibilità di interazione offerte al pubblico che, negli ultimi anni, si trova, attraverso i social a commentare gli eventi in diretta e, in taluni casi, vederli riprodotti sul grande schermo: un emblema di intermedialità.

Nella direzione di una definizione estetica di questo fenomeno e delle sue implicazioni culturali su scala globale e locale, si muovono numerosi altri contributi. In particolare, l'inchiesta da me condotta durante la mia ricerca post-dottorale presso l'Università degli Studi di Milano, trova fondamento in almeno quattro approcci ad essa anteriori o paralleli.

- Nel 2013 Martin Barker pubblica *Live to Your Local Cinema*, uno stu-

9. Steichen propone la definizione di *institutional dramaturgy*, nel suo primo contributo sul broadcast: «In the HD broadcasts, the artistic does almost become incidental, overshadowed by the initiative's powerful institutional dramaturgy. Institutional dramaturgy consists of the practices through which an arts institution structures its patrons' experiences in the service of advancing its goals or articulating its identity. Institutional dramaturgy is not to be confused with the critical or historical guidance supplied by artistic dramaturges, but it is intimately tied up with what happens on stage. In fact, it is institutional dramaturgy that lends performances much of their aura of success. It is concerned with managing the public profile of the presenting institution and lending that extra bit of star power to the artistic product. The people concerned with executing institutional dramaturgy work in part behind the scenes – the press agents, marketers, fund-raisers – and in part in what we would term the front of house – the house managers, ushers, housekeepers. But all are guided by the larger administration, often headed by an ingenious impresario, the person with the overall vision of how the institution should be staged», cfr. STEICHEN, *The Metropolitan Opera Goes Public*, p. 27. La questione viene poi ripresa e ampliata, con un focus sull'interesse per il backstage, nel suo successivo articolo sul tema: STEICHEN, *HD Opera: a Love/Hate Story*.
10. Cfr. PALAZZETTI, *Ripensare l'opera lirica nell'era di Internet*, p. 146. Per il taglio prettamente sociologico dell'articolo, si è preferito non soffermarsi sulle già dibattute questioni mediali sollevate a più riprese da Philipp Auslander, sul rapporto tra l'opera dal vivo e la cultura mediatizzata. Il concetto sarà qui peraltro ripreso e filtrato attraverso la re-interpretazione di CACHOPO, *The Aura of Opera Reproduced*, nota 33.

dio estensivo che propone un primo bilancio sulla nascita e lo sviluppo del fenomeno, a partire dai dati ricavati da quattro nuclei di ricerca: il NESTA, organizzazione nazionale britannica per lo sviluppo scientifico, artistico e tecnologico; la rete britannica dei cinema Picturehouse; il Metropolitan stesso e un sondaggio personale effettuato online su un campione di circa 650 utenti. Ne deriva un ritratto piuttosto dettagliato del pubblico britannico che segue l'iniziativa, sul quale avremo modo di tornare.<sup>11</sup>

- Il Centro di ricerca dedicato all'Opera e al Teatro musicale della University of Sussex, nell'ottobre del 2014, ha organizzato, in collaborazione con l'Opera di Glyndebourne, una conferenza internazionale dal titolo *Opera and the Media of the Future*. A una delle giornate, interamente dedicata alla questione dei *cinecast*, hanno preso parte, oltre a membri della comunità accademica internazionale, quali Christopher Morris, già autore di svariati saggi sul video d'opera, e lo stesso Martin Barker, anche direttori artistici, media manager e direttori editoriali di testate giornalistiche, che hanno reso noti i risultati ottenuti da svariate indagini di mercato condotte a livello locale.<sup>12</sup>
- Nel corso del seminario dottorale *Musica Performance Media*, tenuto nel dicembre 2015 presso l'Università degli Studi di Milano, Carlo Cenciarelli ha presentato una relazione, tutt'ora inedita, dal titolo *Falstaff a Brixton*, in cui propone una riflessione sulla de-contestualizzazione e ri-contestualizzazione del simulcast d'opera, alla luce di un sondaggio condotto in un cinema del noto quartiere londinese, in occasione della diffusione dell'opera verdiana da parte del Met.<sup>13</sup>
- La rivista *The Opera Quarterly*, nel 2018, dedica un intero numero al fenomeno in questione da diversi punti di vista: il rapporto dello spettacolo dal vivo con la tecnologia, l'aura dell'opera riprodotta e l'idea di un moderno *Gesamtkunstwerk*. Tra i vari contributi, l'articolo di Joseph Attard rende noti i risultati delle sue ricerche sul progetto «Opera Virgins», uno studio sul pubblico neofita dell'opera al cinema.

11. Cfr. BARKER, *Live to Your Local Cinema*.

12. Tra i numerosi contributi di Christopher Morris dedicati al rapporto tra teatro musicale e grande o piccolo schermo, si vedano in questa sede MORRIS, *Digital Diva*; MORRIS, *Wagnervideo*; MORRIS, *The Mute Stones Sing*. Per quanto concerne la conferenza del 2014, i dati relativi al pubblico sono stati presentati nel corso di due panel. Il primo, dedicato al *cinecast* secondo i modelli del Met e della Royal Opera House, ha proposto una riflessione sull'effetto del *global branding* e le possibilità di crescita o limitazione per il pubblico e per il genere; sono intervenuti, tra gli altri John Fulljames, all'epoca direttore associato del Covent Garden, e Vicky Kington, Media Manager dell'Opera di Glyndebourne. Il secondo panel, a seguito dell'intervento di Barker, proponeva una sintesi dei risultati ottenuti a seguito delle indagini sul pubblico britannico da parte di diverse istituzioni, quali la English Touring Opera, rappresentata dal direttore del marketing, John Holmes, la Guildhall School of Music and Drama, nella persona di Karen Wise, e il National Theatre Live, con la responsabile del broadcast, Emma Keith. Il programma dettagliato della conferenza, con gli abstract degli interventi, è disponibile online alla pagina: <https://reframe.sussex.ac.uk/omf/events/october-24th-2014/schedule/>.

13. Il contributo è di prossima pubblicazione: CENCIARELLI, *Falstaff a Brixton*.

Con riferimento alla *Q Methodology* di Charles H. Davis, che cerca di colmare il divario tra quantità e qualità nelle ricerche sul pubblico (*audience research*), Attard descrive in maniera dettagliata le tendenze di un ristretto campione di spettatori alle prime armi con il genere: si tratta di 20 partecipanti selezionati che seguono un progetto in più fasi, con la visione di diversi titoli. Ne risultano diverse categorie, più o meno nutrite, di spettatori che condividono caratteristiche, gusti, opinioni: «i nuovi puristi», «gli iniziati stupiti», «i cinefili d'opera», e via dicendo. È in questo studio che Attard adotta per la prima volta il termine *opera cinema*, chiedendosi se si tratti di un nuovo genere, di un nuovo *medium* o semplicemente una nuova forma di esperienza culturale mediatizzata.<sup>14</sup>

- A rispondere in maniera più approfondita a questo interrogativo è il volume *Opera cinema. A New Cultural Experience* dello stesso Attard, pubblicato poco dopo l'invio del presente contributo (2023), che ripercorre la storia di questo fenomeno, dalle pioneristiche avventure di trasmissione di Louis Figuier con il téléscope (1878), passando per l'opera in televisione e i film d'opera e rimettendo nuovamente mano alla lunga storia del rapporto tra opera e media.<sup>15</sup> Scritto e rivisto nel momento di chiusura delle sale a cause della pandemia, il testo offre nuovi spunti per riconsiderare non soltanto l'ontologia e la fruizione del fenomeno, quanto per indagarne i successivi sviluppi e le ulteriori rimediazioni, come il Live-to-Digital, lo streaming domestico che pare rivolgersi a una popolazione più giovane e diversificata.

Sospendendo momentaneamente la questione terminologica, mi limito per ora a utilizzare la definizione generica di *opera al cinema* – distinta dalla categoria del *film d'opera*, ma ennesima declinazione di quello stretto legame che unisce le due forme d'arte. Non essendo a conoscenza di alcuno studio sul tema in ambito italiano, ho deciso di condurre un'inchiesta dalla quale emergessero in prima istanza non solo un 'identikit' degli spettatori italiani e delle loro abitudini d'ascolto e visione, ma anche il loro rapporto con il video d'opera dal vivo. Dopo diversi contatti con QMI, l'agenzia italiana di Entertainment Marketing and Communication, incaricata della distribuzione del Met sulla nostra penisola, ho avuto la possibilità di effettuare un sondaggio tra il pubblico di un campione selezionato di sale, le prime 10 per risposta partecipativa e disponibilità degli esercenti, su un totale di 80 aderenti all'iniziativa nel 2018, e così ripartite sul territorio nazionale: Milano, Trieste, Padova, Bologna, Rimini, Firenze, Pisa, Roma, Bari e Palermo.

14. ATTARD, *Massenet for the Masses?* Il punto di riferimento per la *Q Methodology* è lo studio di DAVIS, *Q Methodology in Audience Research*.
15. A questo proposito si potrebbero citare BARNES, *Television Opera*, CITRON, *Opera on Screen*, SENICI *Il video d'opera 'dal vivo'*, e SENICI, *L'opera e la nascita della televisione in Italia*, ecc.

## La *Tosca* del Met tra trailer e scandali

La scelta di concentrarsi su un titolo di repertorio, che potesse attrarre tanto i melomani quanto chi si avvicina al genere per la prima volta, si trovava ad essere già tracciata a priori: se nella stagione *Live in HD* del 2016-2017 gli spettacoli proposti in Italia erano sette su dieci e comprendevano titoli meno consueti nei cartelloni dei nostri teatri, quali per esempio l'*Eugene Onegin* di Čaikovskij, per la stagione successiva, 2017-2018, la proposta si riduceva a quattro titoli, di evidente 'italianità': *Norma*, *La Bohème*, *Tosca* e *Così fan tutte*.<sup>16</sup> La nuova produzione di *Tosca*, oltre a consentire una tempistica consona all'organizzazione della ricerca, risultava interessante per comprendere alcuni meccanismi di quel processo di de- e ri-contestualizzazione sopra menzionato.

Partiamo per esempio da uno dei trailer prodotti all'indomani della prima e immediatamente diffuso, sia nelle sale cinematografiche che (soprattutto) attraverso piattaforme di video sharing e social media, a pochi giorni dalla data del broadcast. Pur concepito con intenti promozionali, il trailer d'opera si è ormai configurato come uno specifico format audiovisivo, insieme socio-semiotico il cui montaggio risponde a specifiche esigenze autorappresentative degli enti da cui è promosso.<sup>17</sup> Un trailer come quello di *Tosca* è rivolto a un pubblico vasto ed eterogeneo, verosimilmente quello dei cinema e dei social che, pur non conoscendo l'opera, sarà in grado di intuirne la trama in pochi secondi attraverso delle immagini topiche: la coppia di amanti, la figura oscura di Scarpia, le minacce, il sangue, per arrivare al primo piano sul coltello e all'omicidio.<sup>18</sup> In tale ricostruzione non viene rispettato l'ordine cronologico, ma è l'effetto musicale, in senso cinematografico, a dettare il montaggio. L'occorrenza più eclatante del celeberrimo tema di Scarpia, quella dopo il *Te Deum* che chiude in *fff* il primo atto, è infatti offerta come 'colonna sonora' di questo micromontaggio.<sup>19</sup> Sul battere dell'accordo finale, quindi nel

16. Non è chiaro se il minor numero di spettacoli proiettati in Italia sia dipeso dal Met stesso o da un'intesa tra il distributore italiano e le sale cinematografiche. Alla luce dei dati raccolti e presentati a breve, sarà facile intuire come la scelta sia stata effettuata sulla base di un rapporto, evidentemente sbilanciato, tra le spese che l'operazione richiede e gli effettivi incassi.
17. Ad ogni successiva ripresa, con nuovo cast, corrisponde generalmente un nuovo trailer, da diffondersi in particolare (ma non soltanto) attraverso i social media. Sul valore semiotico dei trailer cfr. DUSI, *Le forme del trailer come manipolazione intrasemiotica*. Le questioni legate a montaggio, fruizione e impatto dei trailer d'opera sono state da me esplorate ed esposte in due circostanze: il convegno internazionale di studi *Communicating Music Scenes. Networks, Power, Technology*, organizzato dall'Istituto di Musicologia e dal Dipartimento di Sociologia e Comunicazione dell'Università di Tecnologia ed Economia di Budapest (Budapest, 19-20/05/2017); e il convegno *Mapping Spaces, Sounding Places. Geographies of Sound in Audiovisual Media*, organizzato dall'Università di Pavia (Cremona, 19-22/03/2019).
18. Il trailer è ancora disponibile sul canale YouTube del Metropolitan alla pagina: [https://www.youtube.com/watch?v=RUhVdgGyWAM&ab\\_channel=MetropolitanOpera](https://www.youtube.com/watch?v=RUhVdgGyWAM&ab_channel=MetropolitanOpera).
19. Si tratta del numero 89, Andante mosso (h =122) in 32, a *tutta forza*. Cfr. PUCCINI, *Tosca*, ed. Parker, p. 144.

(Cannone)  
(Cannon)

fff

fff

V

Fine dell'Atto I  
End of Act I

Figura 1. Ultime battute del primo atto (v. nota 17). © Copyright 1995, Casa Ricordi srl Milano – All rights reserved.

momento cruciale per la risoluzione della tensione creata (Figura 1), vedremo l'uccisione di Scarpia (Figura 2) e, nei due secondi in cui l'accordo si espande e risuona, avremo prima l'immagine della fucilazione, totalmente in secondo piano e nascosta dai crediti (Figura 3), poi nuovamente Tosca in uno dei gesti di disperazione della scena di tortura del secondo atto, perfettamente in sincrono con la percussione conclusiva (Figura 4).<sup>20</sup>

Non è un caso, come dimostrano molti trailer di questo tipo, che l'estratto musicale prescelto sia rigorosamente strumentale: se spesso questa scelta è data semplicemente dalle maggiori possibilità di frammentazione rispetto a un brano vocale, in questo caso le battute individuate riassumono uno dei momenti di maggior rilievo, narrativo e drammaturgico, dell'intera opera – non a caso questo momento musicale è già stato oggetto di studio di un recente contributo di Michele Girardi su rimediazione e opera allo schermo.<sup>21</sup>

Lo studioso di cinema James Deaville ha approfondito il concetto di *epic mode* legato all'impatto musicale dei trailer di film d'azione e di fantascienza, costantemente caratterizzati da temi audaci, cellule ritmiche forti, un'ampia orchestrazione, dinamiche costantemente in *crescendo*, cori muti.<sup>22</sup> Se è indubbio che i trailer di questo genere abbiano elementi peculiari, primo fra

20. I soprattitoli non riportano in questo caso i crediti, che si limitano genericamente a titolo e compositore, ma utilizzano i commenti della critica giornalistica più autorevole: "Smashing (*Huffington Post*)" – "Compelling (*New York Times*)" – "Electric (*Wall Street Journal*)".
21. GIRARDI, *Remediation or Opera on Screen?* Nelle prime pagine del saggio l'autore ripercorre sistematicamente lo stato dell'arte sull'applicazione del concetto di *Remediation* (BOLTER – GRUSIN, eds., *Remediation*) all'ambito operistico.
22. James Deaville ha recentemente trattato la questione in un paper dal titolo *Loud Music in the Library: Epic Style and the Cinematic Trailer*, presentato nel gennaio 2022 ai colloqui virtuali del British Audio-Visual Research Network. Un abstract della relazione è disponibile nel programma alla pagina <https://web.archive.org/web/20220318095320/https://www.barnvirtual.com/archive/recordings/recordings-jan-march-2022> (consultato nel maggio 2025). Fra i più recenti contributi dello studioso legati ai trailer, si veda in particolare modo, DEAVILLE, *The Trailer Ear* e DEAVILLE, *Trailer or Leader?*



Figure 2, 3, 4. I tre momenti conclusivi del trailer sul risuonare dell'accordo finale

tutti quel sapore sinfonico che li rende una vera e propria etichetta nelle *library music*, non si può negare che la maggior parte degli aspetti enumerati sia condivisa nella concezione dei trailer d'opera e del trailer di questa *Tosca* in modo particolare.

Senza indugiare ulteriormente in tal senso, il procedimento di decostruzione e ricostruzione messo in campo dal trailer è significativo per comprendere la politica del Met e degli altri teatri d'opera coinvolti in operazioni di broadcast: l'opera si appropria di strumenti cinematografici, televisivi e digitali per rivolgersi a un pubblico ampio, eterogeneo, in apparenza inesperto.

Ma tanto l'impiego di questo brano, quanto altri elementi del montaggio, tradiscono la reale destinazione del prodotto finale – che sarà confermata dagli esiti del sondaggio. In un format di questo tipo ogni elemento del linguaggio audiovisivo ammicca a un pubblico di 'esperti': il *sound*, prima di tutto, marchio indelebile della presenza malefica e incombente di Scarpia anche oltre la sua morte; i volti di un cast stellare, formato da Vittorio Grigolo, Sonya Yoncheva e Željko Lučić, non hanno bisogno di crediti; a un occhio clinico, non sfuggirà nemmeno il 'marchio' del Met, dagli spazi amplissimi, le scenografie sontuose, i dettagli del palcoscenico, la chiarezza di colore e fotografia sui primi piani e, se non bastasse, nel penultimo stacco, il logo del *Live in HD*, con tutte le informazioni per l'acquisto dei biglietti. Si tratta di un videoclip commerciale che richiama a gran voce l'attenzione sull'evento dal vivo che si svolge in quella precisa occasione all'interno di uno dei teatri d'opera più importanti del mondo.

Il modo in cui l'opera prende vita sul palco è uno degli aspetti che il broadcast vuole svelare, con quell'intrusione delle telecamere e dei microfoni nel backstage e la costruzione di un video che Steichen definisce di tipo documentaristico. Il 'dietro le quinte' si svela e lo spettatore sospende l'accettazione della finzione scenica per soddisfare la propria curiosità e 'partecipare' alla produzione – per quanto ricercata e costruita sia la *liveness* del *backstage* cui assistiamo. In tal senso, *Tosca* rappresenta un caso ancor più significativo poiché finzione, partecipazione e spettacolarizzazione sono parte integrante della drammaturgia dell'opera: Floria Tosca è una diva e la fucilazione di Cavaradossi dovrebbe essere quel «simulato supplizio» di cui la donna diviene per un attimo regista, prima dell'incombere della maledizione di Scarpia. La spettacolarizzazione del dietro le quinte e dell'intero apparato produttivo, figlia in fondo dell'eterno tentativo di rivitalizzare l'opera con una divulgazione su più fronti, si trova a fare i conti con le pratiche audiovisive di fine millennio e a rivolgersi a un pubblico ormai globale. Se in passato le vicissitudini in cui una produzione incorreva erano d'appannaggio della stampa locale o, al massimo, nazionale, un'operazione colossale come il broadcast dal vivo su scala globale, avrà una risonanza mediatica amplificata al punto tale da avere ricadute locali di imprevedibile gestione.

La produzione di *Tosca* è in tal senso significativa, per l'alto livello d'attesa che era stato creato attorno all'evento. Come spiega Michael Cooper, critico del *New York Times*, *Tosca* è stata la produzione più caotica nella storia del Met:

There is never a shortage of backstage drama at the Metropolitan Opera. But in the company's 137-year history, there has likely never been a production with a birth as tumultuous as that of the high-stakes new staging of Puccini's *Tosca*, opening on New Year's Eve.<sup>23</sup>

Lo spettacolo firmato da McVicar era infatti considerato come la 'redenzione' di Peter Gelb, sovrintendente del Metropolitan, dopo avere sostituito,

23. COOPER, *Behind the Scenes of 'Tosca'*.

all'inizio della propria gestione, la celebre produzione di Zeffirelli con quella di Luc Bondy che, giudicata da pubblico e critica come sessualmente esplicita e sterile, si era tradotta in un terribile fiasco. La firma del regista scozzese, già noto al Met per le sue produzioni grandiose e in costante dialogo con la tradizione, rappresentava una garanzia di riuscita. E tuttavia una serie di rinunce e scandali, dal ritiro di Jonas Kaufmann all'*affaire* Levine, mettono a repentaglio l'intera operazione.<sup>24</sup> Una *débâcle* su scala cinematografica globale non è contemplabile: il 31 dicembre 2017 *Tosca* riesce ad andare in scena, con Yoncheva, Grigolo e Lučić, nei ruoli primari, e sotto la direzione di Emmanuel Villaume, sarà diffusa in diretta nei cinema il successivo 27 gennaio, con un'introduzione e delle interviste al cast condotte da uno dei volti più cari al Met, il mezzosoprano Isabel Leonard, come il format del *Live in HD* esige.

È una storia tutto sommato non troppo dissimile da quella di innumerevoli produzioni liriche sin dall'avvento dell'opera impresariale. L'interesse di tale vicenda risiede tuttavia nell'esito che la tempesta mediatica, scoppiata sulle testate più autorevoli, ha avuto in termini di ricezione nelle sale. Sebbene il pubblico d'opera resti, tanto negli States quanto in Europa, un pubblico di nicchia, se comparato alle cifre del cinema o a quelle dei concerti pop diffusi nelle sale, nel mondo della lirica una diffusione in diretta da New York non è certo un evento da passare inosservato e le dinamiche legate allo *showbiz* della lirica, avranno risonanza persino dall'altra parte del globo, nella patria di *Tosca*, dove l'evento è diffuso simultaneamente in 80 sale.

### Per un identikit del pubblico italiano

Qualche giorno prima della diffusione, l'inchiesta è stata inviata a dieci cinema nelle città sopra menzionate e i responsabili di ciascuna sala sono stati invitati a consegnare una copia cartacea del questionario all'ingresso in sala, dopo l'emissione dei biglietti, e a ritirarla alla fine dello spettacolo. La ragione per cui si è optato per la versione cartacea è legata a quella che si presumeva essere l'età media del pubblico e all'esigenza di evitare qualsiasi tipo di problema tecnico. Dopo una breve introduzione di benvenuto, gli spettatori erano invitati a rispondere anonimamente a un sondaggio di 26 domande a risposta multipla, con la possibilità, in alcuni casi, di scegliere anche più di una delle opzioni indicate, e una domanda finale a risposta aperta. Propongo di seguito, per una migliore comprensione, uno schema riassuntivo della struttura del

24. La produzione è tormentata sin dall'inizio, come spiega Cooper: poco dopo la conferenza stampa d'annuncio, Jonas Kaufmann si ritira, seguito a distanza di qualche mese da quello del soprano Kristine Opolais e del direttore musicale Andris Nelsons, di lei marito. David Levine accetta di sostituirlo sul podio, salvo poi essere sospeso a seguito dello scandalo legato alle accuse di molestie sessuali. Anche Bryn Terfel, ingaggiato nel ruolo di Scarpia, si ritira nel corso delle prove. La questione Levine è stata seguita sempre da Michael Cooper sulle colonne del «New York Times». Si veda in proposito COOPER, *James Levine's Final Act at the Met Ends in Disgrace*.

questionario e della tipologia di domande poste.<sup>25</sup>

DATI PRELIMINARI: sesso, età, titolo di studio, occupazione;

SEZIONE A: *Abitudini di ascolto e visione* (9 domande).

- Con quale frequenza si ascolta/si guarda un'opera e con quale ci si reca all'opera;
- Quali sono i supporti utilizzati per l'ascolto/la visione in contesti privati;
- Se, in un contesto privato, è un'attività cui ci si dedica in solitudine o in compagnia, concentrandosi o svolgendo altre mansioni;
- Quali altri generi musicali sono oggetto di ascolto;
- Con quale frequenza ci si reca a teatro per spettacoli di prosa e con quale frequenza al cinema.

SEZIONE B: *L'opera al cinema* (9 domande).

- Con quale frequenza si assiste alla diffusione di opere nelle sale cinematografiche;
- Se si seguono solo le iniziative del Met o anche di altri enti lirici;
- Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di questo tipo d'iniziativa.<sup>26</sup>

SEZIONE C: *Questa sera al Met* (4 domande)

- Se si conosceva già l'opera e se si conosceva questa specifica produzione;
- Se, con la disponibilità di vedere la medesima produzione in DVD o alla televisione, ci si recherebbe comunque al cinema;
- Quale è stato il momento più convincente ed emozionante della ripresa video e per quale ragione (domanda aperta).

I questionari compilati sono stati ricevuti da sei delle dieci città inserite nello studio, per un totale di sette sale: a Milano il Plinius Multisala e il Rosetum; a Padova, il Piccolo Teatro; a Bologna, il Cinema Europa; a Rimini, il Cinema Teatro Tiberio; a Firenze, il Multisala Adriano; e infine a Bari, il Multicinema Galleria (Figura 5).<sup>27</sup>

Il questionario è stato compilato da 182 persone, 67 uomini e 115 donne (36,8% vs 63,1%, v. Figura 6), il cui 94% è di nazionalità italiana e ripartito sulla penisola con la seguente distribuzione (Figura 7):

25. Il questionario per cui si è optato è di tipo osservazionale, ovvero utile a studiare diversi problemi, rispondendo a diverse domande di ricerca, e trasversale, in grado cioè di offrire un'istantanea di una porzione di popolazione in un momento specifico raccogliendo dati da molti individui. Cfr. a questo proposito DE ROSE, *L'indagine campionaria e il sondaggio di opinione*. Si veda di seguito l'inizio del § *Gli spazi dell'opera al cinema*.
26. In questa sezione sono state inserite una serie di domande potenzialmente utili per il distributore con cui abbiamo collaborato, e che riguardavano le modalità con cui il pubblico era venuto a conoscenza dell'iniziativa, dove risiedesse rispetto alla sala di proiezione, con quali tempistiche e in quale modo avesse raggiunto la sala. Per il taglio dato al presente articolo, non ci è sembrato utile soffermarci troppo sulle risposte date a questi quesiti.
27. Non avendo ricevuto alcun riscontro dalle città di Trieste, Pisa, Roma e Palermo, non è stato possibile definire se il questionario non sia stato restituito o se il numero di questionari, per tali sale, era così esiguo da escluderne a priori una restituzione. I dati sono stati elaborati con l'uso del software R, cfr. R CORE TEAM, *R: A Language and Environment for Statistical Computing*.



Figura 5. Distribuzione geografica delle sale che hanno risposto ai questionari

- 54 persone a Padova
- 26 a Firenze
- 25 e 21 nelle due sale di Milano (totale 46)
- 24 a Rimini
- 20 a Bologna
- 12 a Bari

Come prevedibile l'età media è piuttosto elevata: 67 anni, con un valore minimo di 24 e un massimo di 87. La sezione dedicata ai dettagli personali fornisce altri dati significativi, quali per esempio il fatto che circa il 55% del campione analizzato abbia una laurea o titolo equiparato, il 32% un diploma mentre il restante 13% dei gradi d'istruzioni inferiori. Quando il *Live in HD* è

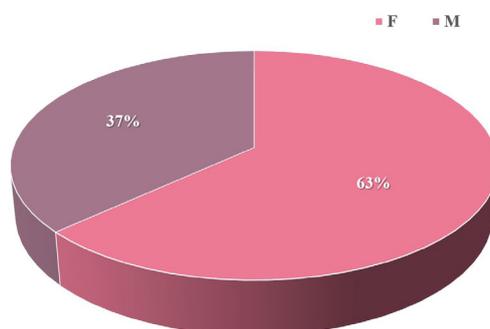


Figura 6. Ripartizione del pubblico per sesso

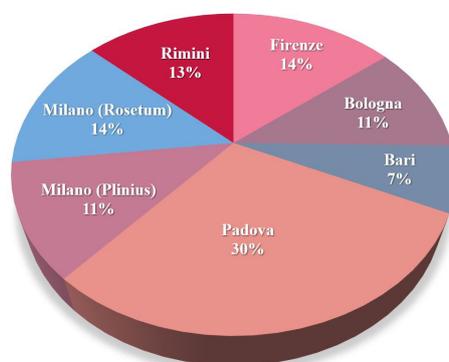


Figura 7. Distribuzione del pubblico nelle sale italiane

stato lanciato, l'obiettivo principale era quello di democratizzare il Metropolitan, rendendo l'opera accessibile a un pubblico più ampio e giovane. Questi dati confermano tuttavia come l'opera, o per lo meno la sua diffusione nei cinema italiani, sia una forma d'intrattenimento riservata non soltanto a un pubblico maturo, ma anche a un uditorio con un livello d'istruzione medio-alto.

I dati che emergono relativamente alle abitudini audiovisive del pubblico (SEZIONE A) meritano svariate considerazioni. Per quanto la maggior parte delle persone che ha risposto al questionario ascolti e/o guardi l'opera più o meno abitualmente (abitualmente, 30%; spesso, 45%; qualche volta, 18%; raramente, 4%; mai, 1%), la proporzione rispetto a coloro che si recano all'opera per vedere uno spettacolo dal vivo è significativamente inferiore (abitualmente, 18%; spesso, 26%; qualche volta, 37%; raramente, 13%; mai, 2%; dato non indicato, 2%), come mostra il grafico riportato (Figura 8).

Anche considerando questi dati alla luce di un fattore non secondario, come l'esistenza o meno di un teatro d'opera nella stessa città, le proporzioni non cambiano molto, sebbene la concorrenza data dalla massiccia presenza di teatri d'opera in Italia sia stata indicata, dal distributore del Met, come un

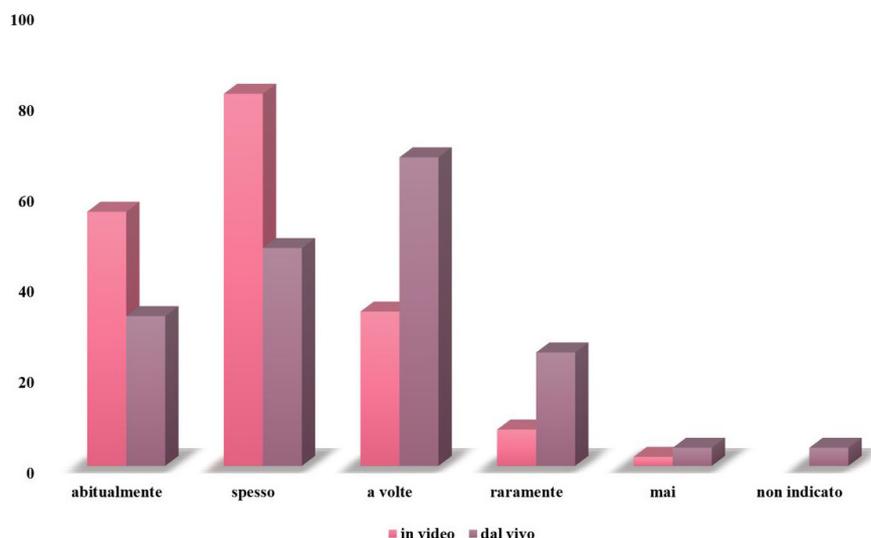


Figura 8. Rapporto tra la visione dell'opera in video e dal vivo

elemento non indifferente in fase organizzativa. Il pubblico italiano dell'opera al cinema generalmente si reca a vedere un'opera dal vivo solo qualche volta, come visibile dalla Tabella 1, in cui si rilevano però alcuni dati interessanti a livello locale. Rimini, la città che, con Padova, non aveva più un teatro d'opera (sino alla ricostruzione del Teatro Galli e alla sua riapertura, proprio nel 2018), presenta la più alta percentuale di frequentatori abituali (29%), pari a quella dei frequentatori occasionali. Questa è la dimostrazione del fatto che lo streaming nelle sale delle città che hanno la fortuna di avere un teatro d'opera attivo non ostracizza la frequenza del pubblico agli spettacoli dal vivo, bensì garantisce una fetta di pubblico conoscitore e abituale alle sale che proiettano l'opera. Anche Bari, pur nell'esiguità dei presenti in sala, mostra come il pubblico si rechi spesso all'opera, con un numero di diversi punti più alto rispetto alla media.

Tabella 1. *Dati sulla frequenza con cui il pubblico si reca all'opera (in percentuale)*

FREQUENZA ALL'OPERA (DATI IN %)	MEDIA NAZIONALE	MILANO			PADOVA	BOLOGNA	RIMINI	FIRENZE	BARI
		ROSETUM	PLINIUS	TOTALE					
Abitualmente	18	12	47,6	28,2	18,5	5	29,1	23	16,6
Spesso	26,2	24	28,5	26	27,7	25	20,8	26,9	33,3
Qualche volta	37,2	32	23,8	28,2	44,4	32	29,1	42,3	33,3
Raramente	13,7	28	-	15,2	5,5	25	16,6	3,8	16,6
Mai	2,2	4	-	2,1	1,8	5	4,1	3,8	-
Non Rilevato	2,7	-	-	-	1,8	-	4,1	-	-

Singolare il caso di Milano: se considerati nel loro insieme i dati delle due sale dimostrano come il pubblico meneghino sia un *habitué* dello spettacolo dal vivo, con ben 10 punti al di sopra della media nazionale (28,2 contro 18%); d'altra parte le due sale, che si trovano agli antipodi della città tanto in termini topografici quanto, come vedremo, storici, danno risultati tra loro assai diversi: quasi la metà del pubblico del Plinius si reca abitualmente all'opera (47,6%), mentre il restante si divide equamente tra una frequentazione assidua (spesso, 28,5%) e occasionale (qualche volta, 28,5%). Il Rosetum, invece, per quanto abbia, come vedremo a breve, una storia a doppio filo con il mondo della lirica, ha dati più vicini a quelli nazionali, con una sola netta differenza, data dal numero dei frequentatori rari del teatro d'opera, il 28% rispetto a una media del 13%. Questo dato potrebbe trovare spiegazione in un confronto con le risposte legate alle altre abitudini del pubblico, piuttosto diverse tra le due sale. Il pubblico del Rosetum ascolta prevalentemente musica classica (84%) e, in misura molto inferiore, musica 'leggera' italiana (32%), è inoltre un frequentatore assiduo del cinema (spesso, 56%) e occasionale del teatro di parola (spesso, 36%; qualche volta, 52%); altrettanto spesso assiste a diverse iniziative di opera al cinema (36%), anche in altre sale della città (52%). Il pubblico del Plinius, che ha un'età media leggermente inferiore (65,9 anni contro i 67,5 del Rosetum) frequenta teatri di prosa con maggiore assiduità rispetto ai cinema (53,3% vs 42,8%) e partecipa a svariate iniziative di opera al cinema in diverse sale della città (57,1%).<sup>28</sup> La posizione topografica delle due sale sul territorio della città spiega molto di questi dati, un aspetto su cui torneremo a breve.

Ritorniamo alla dimensione nazionale per considerare le risposte date alle modalità d'ascolto dell'opera. Una delle domande più significative riguardava come il pubblico guardasse e/o ascoltasse l'opera e, nel ventaglio di scelte possibili, erano indicati tanto l'esperienza a teatro, dal vivo, quanto l'esperienza 'mediata', su tutti i supporti e formati possibili, sia esclusivamente audio (radio, vinili, CD, mp3) che audiovisivi (televisione, DVD, video sul web). La possibilità di risposta multipla ha generato svariate combinazioni da cui sono emersi alcuni aspetti rilevanti: il 72% del pubblico dell'opera al cinema è anche uno spettatore dell'opera dal vivo, mentre il 26% fruisce esclusivamente di registrazioni. Solo una persona sul totale del campione considerato, ovvero lo 0,54%, ascolta esclusivamente l'opera (su CD, dischi o vinili), senza mai farne esperienza visiva. Che sia dal vivo o mediata, l'opera resta pertanto un'esperienza audiovisiva ed è anzi interessante notare come la ricorrenza di certe combinazioni (cfr. Tabella 2) dimostri che coloro che assistono all'opera dal vivo sono più propensi ad abbracciare sempre un'esperienza audiovisiva dell'opera, attraverso in primo luogo proprio il cinema e poi la televisione, non DVD o video sul web – comprensibilmente, data l'età media – ma nemmeno in CD, vinili o altri supporti soltanto audio. Svariate, seppur in misura inferiore, sono le combinazioni in cui la fruizione audiovisiva è associata a una fruizione esclusivamente sonora.

28. Considerando l'alto tasso di astensione nella risposta ai quesiti sulla frequenza a teatro e al cinema del Plinius (oltre il 30%), queste percentuali sono state calcolate non sul totale dei questionari ricevuti ma sul totale dei rispondenti tale sezione (circa 15 su 21).

Tabella 2. *Combinazioni ricorrenti sulle modalità di visione o ascolto dell'opera*

«COME ASCOLTA O GUARDA L'OPERA?» – COMBINAZIONI RICORRENTI	
Dal vivo – Al cinema	19
Dal vivo – Alla televisione – Al cinema	18
Dal vivo – Alla televisione	13
Al cinema	9
Dal vivo – In CD/vinile – Alla televisione – Al cinema	8
Dal vivo	7
Dal vivo – In CD/vinile – Alla televisione – Al cinema	7
Dal vivo – In CD/vinile – Alla televisione – In DVD – Al cinema	7

Questi dati confermano quell'inversione di tendenza che Emanuele Senici ha discusso in un suo recente saggio sull'origine di una precisa retorica della regia operistica che fa appello alla «fedeltà» al testo musicale.<sup>29</sup> Lo studioso spiega come la storia mediale dell'opera, dalla diffusione delle prime tecnologie di registrazione del suono sino ai giorni nostri, sia fondamentale per comprendere alcuni punti chiave del dibattito sul vedere e l'ascoltare l'opera. La diffusione di supporti audio e la loro circolazione nettamente superiore rispetto a quella dei loro corrispettivi video, ben oltre la metà del secolo scorso, ha fatto sì che la componente musicale prevalesse su quella visiva, acquisendo un maggior rilievo sia in termini socioculturali, per cui opera significa in primo luogo e soprattutto *musica* d'opera, sia in termini storiografici, con una teoria drammaturgica che fa appello alle funzioni della musica nella creazione del dramma (da Kerman a Dahlhaus) e da cui deriva, di riflesso, l'ideologia della fedeltà alla partitura, alla volontà del compositore, ostentata nell'immagine del «listening director», di un regista in ascolto.<sup>30</sup> Sarà il volgere del millennio, con la rivoluzione digitale, a re-invertire questo paradigma, scardinando la concezione di una drammaturgia operistica esclusivamente guidata dal suono, e tornando invece alla visione primonovecentesca dell'opera come spettacolo nel suo insieme, che non è diretto solo alle orecchie, ma anche agli occhi di chi la guarda. I rispondenti al questionario, per quanto per lo più nati e cresciuti nell'epoca in cui l'opera *si ascoltava* rappresentano la prova di come, pur in questo campione limitato, le abitudini siano cambiate e l'opera non sia solo un genere da ascoltare ma ormai (quasi) sempre da guardare.

Tornando ai dati sulle abitudini di ascolto è emerso che la visione dell'opera resta un'esperienza di tipo sociale, anche se mediata e non fruita dal vivo: il 79% del campione analizzato non utilizza cuffie o auricolari e il 73% guar-

29. SENICI, *In the Score*.

30. «My contention, then, is that this image of the listening director, promoted in the first place by directors themselves but common in the discursive field of opera for several decades now, finds its origin in the conception of opera as a primarily musical genre promoted by its twentieth-century medial history – and by a historiography deeply imbricated in this history [...].», *ibid.*, p. 217.

da l'opera in famiglia o con amici. Rimane una forma d'intrattenimento che richiede concentrazione e assorbe l'attenzione del pubblico che, per il 75%, è impegnato soltanto nella visione e non in altre attività – un dato che è certo cambiato alla luce di una fruizione di tipo audiovisivo e che sarebbe probabilmente più basso se legato a una concezione esclusivamente uditiva dell'opera.

In termini di gusto, il 70% di questo pubblico ascolta principalmente musica classica, associata a pochi altri generi, prevalentemente quella che nel questionario era stata definita come musica 'leggera italiana' (cfr. Tabella 3).<sup>31</sup>

Tabella 3. *Combinazioni ricorrenti nei generi d'ascolto*

GENERI MUSICALI ASCOLTATI – COMBINAZIONI RICORRENTI	
Soltanto musica classica	22
Musica classica – 'Leggera' italiana	19
[nessuna scelta]	[15]
'Leggera' italiana	15
Musica classica – Tutti i generi	8
Tutti i generi	7
Musica classica – Musica antica e barocca	6
Musica classica – Musica antica e barocca – Jazz	4

Un altro aspetto rilevante delle risposte fornite riguarda la tendenza a frequentare maggiormente il cinema (abitualmente, 18,6%; spesso, 32,4%) del teatro di parola (abitualmente, 10,4%; spesso, 26,3%) come dimostra la Figura 9.

I rilevamenti locali non si discostano molto da quelli nazionali, con l'eccezione di Bari, il cui pubblico, oltre a essere per il 66% un frequentatore abituale di cinema, presenta un alto tasso di frequenza a spettacoli teatrali (abitualmente, 33%; spesso, 33%), con percentuali nettamente superiori rispetto alla media nazionale.

Se la frequenza dei cinema non può di per sé rappresentare garanzia di una conoscenza approfondita delle tecniche audiovisive da parte del pubblico, essa denota per lo meno una certa familiarità con tale linguaggio e alcune delle successive risposte al questionario lasciano dedurre come tale dimestichezza sia diffusa anche nel genere oggetto di studio.

Dalla SEZIONE B si evince infatti che il pubblico di quella sera è un assiduo frequentatore dell'opera al cinema (abitualmente, 25%; spesso, 32%) e segue, oltre al Metropolitan, anche broadcast di altri enti, prevalentemente nello stesso cinema (35,5%), ma anche in altre sale del territorio (24%). I maggiori vantaggi di questo tipo di iniziative sono, per questo campione di pubblico, la possibilità di assistere a produzioni che mai, o difficilmente, potrebbero essere viste dal vivo (54,3%); l'assistere in diretta a uno spettacolo che viene

31. I generi proposti erano: classica (sinfonica, da camera, sacra...), antica e barocca, jazz, musical, rock, pop, rap, hip-hop, disco, leggera italiana, musiche di tradizione popolare/world music, tutti i generi, altro (da indicare).

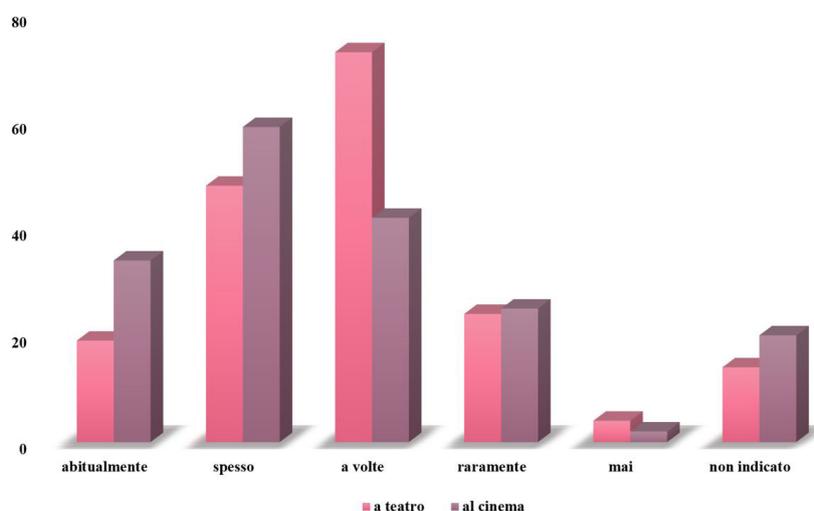


Figura 9. Rapporto tra la frequenza al cinema o a teatro

rappresentato dall'altra parte del globo (46,7%); e il vedere l'opera 'da vicino', attraverso primi piani e dettagli del cast e della produzione (45%).<sup>32</sup> Queste risposte danno un'idea non soltanto dell'impatto delle tecniche audiovisive, siano esse cinematografiche o televisive, sul pubblico dei broadcast, ma anche di un senso più profondo di partecipazione a un evento, condiviso con una comunità che non è più soltanto quella ristretta degli spettatori del Met o dei loggionisti della Scala 'in incognito', ma di una più ampia comunità globale 'immaginata', che assiste a un evento musicale unico. Questa partecipazione è tale da permettere di trascurare una questione epistemologica di fondo, ovvero l'impossibilità di una reale diretta. Se molte sale possono infatti aderire al live broadcast, per altre nel mondo è necessario non soltanto un *décalage* orario, dovuto principalmente a ragioni di fuso – il cosiddetto *nearly live* –, ma uno slittamento di giorni, concepito in funzione di ragioni più strettamente economiche. Al Met il broadcast avviene durante i finesettimana, quando le recite sono per lo più *en matinée* (tra le 12:00 e le 12:55 pm ET); trasmettere in Italia un'opera il sabato sera sarebbe un rischio troppo alto per molti dei cinema aderenti che, non essendo multisala, non potrebbero proiettare, nei giorni di maggior afflusso, film dall'incasso più facile. La *Tosca* del Met, ripresa e diffusa nelle sale americane il 27 gennaio 2018, è dunque stata trasmessa in

32. La domanda, a risposta multipla e con la possibilità di scegliere al massimo tre opzioni, prevedeva 11 tipologie di vantaggi. Oltre a quelle sopra indicate, le altre opzioni riguardavano: la possibilità di vedere opere che non si conoscono; di pagare un biglietto dal costo contenuto; di assistere a un'opera 'più credibile', per la cura della recitazione e dei dettagli; di assistere a ciò che accade dietro le quinte, a interviste e approfondimenti, di ascoltare meglio alcuni dettagli musicali; di condividere con qualcuno un'esperienza estetica ed emotiva; di partecipare a un evento alla moda. Molti hanno indicato ben più di tre vantaggi e in un caso sono stati aggiunti commenti personali che denotano il gradimento dell'iniziativa.

Italia martedì 30 alle ore 19:45. Non è più quindi *la diretta* dal vivo, ma la diffusione, simultanea su scala nazionale, di una registrazione dal vivo avvenuta tre giorni prima – e che può in alcuni casi essere ulteriormente manipolata per arrivare a un prodotto finito di maggior qualità.<sup>33</sup> Come si diceva, questo in realtà sembra essere un dato trascurabile per il pubblico o, più probabilmente, si potrebbe presumere che la semplice condivisione a livello locale e nazionale dell'evento 'dal vivo', sia tale da creare un effetto di immersione dello spettatore nell'opera riprodotta.<sup>34</sup>

Dalle risposte date si evince insomma che i vantaggi superano di gran lunga gli svantaggi, che sarebbero principalmente l'incompatibilità di giorni e orari della diretta con gli impegni del pubblico (45,6%), la perdita della magia di un evento dal vivo (43%) e, in misura inferiore, la difficoltà del seguire interviste e approfondimenti non sottotitolati (20%).<sup>35</sup> Nella lista degli svantaggi vi era la possibilità di aggiungere eventuali commenti personali e, nella maggior parte dei casi, lo spazio a disposizione è stato utilizzato per ribadire l'assenza di svantaggi. Alcune osservazioni degli spettatori sono particolarmente significative per la tipologia di questioni toccate, soprattutto nel caso del Piccolo Teatro di Padova, che mostra in tal senso grande coinvolgimento, con 6 osservazioni su un totale di 12 in tutte le sale. Quattro di questi commenti riguardano le modalità di partecipazione all'evento: due degli spettatori rivelano come, al contrario di ciò che accade a teatro, sia difficile seguire lo spettacolo per il disturbo prodotto dal pubblico (molti commenti, carte di caramelle che scricchiolano e telefonini che squillano); vi è chi sottolinea l'inibizione (auto) imposta dal luogo, in cui non si potrebbe «applaudire e fischiare»; e chi, infine, spiega come il suono dell'orchestra sia troppo alto, con implicito riferimento a un sistema di audiodiffusione che fatica a riprodurre le reali dinamiche so-

33. È ciò che per esempio accade abitualmente con il *recorded live*, quando il video d'opera destinato al DVD subisce qualche modifica in fase di montaggio, e ne deriva un prodotto rivisto e migliorato in alcuni passaggi rispetto alla trasmissione in diretta televisiva.
34. Per un approfondimento sui concetti di *immersion* e *absorption* rimando a NILSSON *et al.*, *Immersion Revisited*. Una teoria dell'assorbimento applicato all'opera, si legge anche in HAVELKOVÁ, *Opera as Hypermedium*. Da Philipp Auslander in poi, il rapporto tra *liveness* e *mediatization* è argomento di numerosissimi studi, anche in campo operistico. Mi limito qui a citare un contributo che scardina questa retorica dicotomica, ovvero CACHOPO, *The Aura of Opera Reproduced*. Lo studioso si chiede infatti se sia possibile esplorare le potenzialità della riproduzione tecnologica, senza finire per riprodurre la «retorica della presenza», e osserva come il principio di mediatizzazione non liberi affatto l'opera dalla sua aura. Si concentra quindi sulla necessità di investigare i modi in cui l'interazione tra *liveness* e *mediatization* possa migliorare il ruolo critico dell'opera, in un mondo saturo di media ma ancora profondamente conservativo.
35. Anche in questo caso veniva proposta una lista di svantaggi. Oltre a quelli scelti come principali, erano indicati: un'eventuale sproporzione tra costo del biglietto e resa dello spettacolo; inquadrature che forzano l'attenzione su alcuni elementi dell'allestimento a dispetto di altri; l'alterata credibilità della finzione d'opera, svelata attraverso la ripresa del backstage e dei meccanismi di produzione; una resa sonora appiattita dai mezzi inadeguati di diffusione del suono; la perdita dell'abitudine di andare a teatro; interazioni sociali diverse rispetto a quelle presenti in teatro; intervalli teatrali troppo lunghi in un contesto diverso come quello di una sala cinematografica; una 'viziata' percezione dello spettacolo, che condiziona il modo di vedere l'opera dal vivo.

nore dell'evento. Pur concentrati a livello locale, e quindi probabilmente legati alle abitudini di una ristretta parte di pubblico, tali commenti sono rivelatori dell'approccio nei confronti di un'opera proiettata in sala, diverso rispetto alle norme convenzionali e alla ritualità che accompagna gli spettacoli dal vivo. Interessante inoltre notare come, a livello nazionale, venga posto l'accento sul fatto che tali iniziative cinematografiche non coinvolgano anche teatri e produzioni italiane. Un aspetto in relazione alla sopracitata questione concorrenziale.

80 persone su 182 (quasi il 44%) hanno dato una risposta alla domanda aperta che chiudeva il questionario, ovvero quale fosse il momento più convincente ed emozionante della regia video. I commenti, spesso molto personali e coinvolti, andavano principalmente al secondo atto: la scena di tortura, *Vissi d'arte, vissi d'amore* e l'omicidio di Scarpia. Nella maggior parte dei casi essi non erano strettamente legati all'ambito del video, come richiesto, ma alla regia teatrale, agli interpreti e, ancor più spesso, alla drammaturgia dell'opera in sé. In alcuni casi specifici, tuttavia, è chiaro come l'impatto della dimensione audiovisiva offerta dallo schermo del cinema sia determinante, principalmente per le possibilità immersive del grande schermo. I primi piani sui tre protagonisti sono per esempio l'oggetto più ricorrente nelle risposte del nostro campione: uno spettatore del Piccolo Teatro di Padova spiega come lo colpiscono in generale tutti quei momenti di visione e ascolto 'ravvicinato'; uno spettatore del Rosetum di Milano sottolinea che il primo piano su Tosca mentre canta davanti a Scarpia, «dal vivo non sarebbe forse stato così emozionante» e nella stessa direzione una giovane spettatrice del Tiberio di Rimini: «Bellissime le inquadrature ravvicinate sui protagonisti e i dietro le quinte, qualcosa che dal vivo non si vedrebbe». Ad attrarre la curiosità di un assiduo frequentatore d'opera fiorentino sono anche i cambi di scene, filmati nel backstage, e gli approfondimenti (Figure 10 e 11).

I risultati sin qui ottenuti mostrano come anche il pubblico italiano dell'opera al cinema, confermi l'analisi di Martin Barker per il Regno Unito:

This audience reveals itself to be a very particular kind of audience. They are mature, self-aware, knowledgeable, alert to the nature of these occasions, aware of each other and much taken by this development. They are also literate, self-confident, assertive and sure in their judgments and place in the world.<sup>36</sup>

Lo studioso spiega anche come, trattandosi di un pubblico estremamente consapevole, una delle sue principali caratteristiche sia la combinazione di un grande apprezzamento per la possibilità di assistere a performance di alto livello, con l'affermazione di come l'ambiente dovrebbe essere. Alcuni dei commenti riportati poco sopra, relativi agli svantaggi dell'iniziativa, si rifanno proprio all'ambiente in cui avviene la proiezione e alle modalità di fruizione della stessa. Non mancano, nelle risposte aperte di fine questionario, gli ap-

36. Cfr. BARKER, *Live to Your Local Cinema*, p. 36.



Figura 10. Cambio di scene tra il primo e secondo atto (contenuto attualmente disponibile solo on demand, track 39)



Figura 11. Intervista di Isabel Leonard, conduttrice della serata, allo scenografo John Macfarlane (contenuto attualmente disponibile solo on demand, track 38)

prezzamenti entusiastici per la produzione in sé ma anche per le iniziative, di cui viene reclamato un più attivo coinvolgimento degli enti italiani.

### Gli spazi dell'opera al cinema

Le cifre fin qui raccolte sono frutto di un'osservazione trasversale, di un'indagine quantitativa eseguita *una tantum* in diversi luoghi. Non hanno

dunque alcuna pretesa di esaustività e non possono che descrivere un quadro provvisorio, rappresentano cioè lo spaccato di un fenomeno ampio le cui variabili sono innumerevoli: è lecito chiedersi cosa sarebbe accaduto con un altro titolo, in altre città rispetto a quelle analizzate, anche semplicemente in un'altra stagione o con la diffusione di uno spettacolo del Covent Garden o con la prima della Scala. D'altra parte, anche un'analisi meno quantitativa, come quella presentata da Attard, dunque più concentrata su campioni ristretti, selezionati e seguiti per un certo arco di tempo in determinate fasi, non è priva di variabili significative – tanto da indurre lo stesso studioso a qualche cautela nel considerare l'*opera cinema* come un medium.<sup>37</sup>

Se il quadro generale non ha fatto che confermare quanto fosse prevedibile a priori, è invece la risposta delle singole realtà locali che merita un'attenzione ulteriore e può essere per certi versi molto più significativa dei meri dati numerici.

Il caso del Rosetum di Milano, più volte citato nel corso della trattazione, è per molti aspetti emblematico.<sup>38</sup> Situato a Ovest della città, immediatamente al di fuori della circonvallazione esterna e nei pressi della stazione metropolitana di Gambara, il Centro Culturale Rosetum sorge in un quartiere che, area rurale sino al volgere del secolo scorso, ha conosciuto una prima fase di urbanizzazione legata da una parte alla nascita dello stabilimento tessile De Angeli nel 1896, dall'altra allo spostamento del Pio Albergo Trivulzio, residenza sanitaria per anziani, sulla strada per Baggio, nel 1910. Poco al di sotto di questo agglomerato, allora noto come 'La Maddalena', i Frati Minori Cappuccini, che avevano alle spalle una tormentata storia di espulsione e riammissione in città, ottennero nel 1897 un terreno sul quale cominciarono a edificare un vasto complesso costituito da un convento con uno studentato e una chiesa, consacrata nel 1907 alla Madonna degli Angeli. Nei primi anni '10 furono aperti prima il Ricreatorio e successivamente il Salone, luoghi di ritrovo per i giovani dell'area circostante, che sino allo scoppio della Seconda guerra mondiale poterono assistere e prendere parte alle attività teatrali e alle proiezioni cinematografiche. Nel dopoguerra, con la ricostruzione e la definitiva integrazione del quartiere nel tessuto urbano meneghino, il Ricreatorio divenne Centro Francescano Culturale Artistico Rosetum (1956), nome ispirato al miracolo del Roseto di San Francesco, e venne inaugurato l'anno successivo da Maria Callas che, all'epoca coniugata con Giovanni Battista Meneghini, risiedeva nei pressi del Centro e accettò di essere la madrina dell'evento. Fu il battesimo ufficiale di quella che era per il Rosetum già in origine una vocazione artistica e che si incanalerà, nelle decadi successive, in uno stretto legame con il mondo del cinema, da un lato, e della musica, in particolare della lirica, dall'altro. Da

37. Cfr. ATTARD, *Massenet for the Masses*, p. 304.

38. È al Rosetum che ho assistito alla trasmissione di *Tosca*, occupandomi della distribuzione e del ritiro dei questionari e ho potuto interagire con il pubblico in sala. Le informazioni che seguono, legate alla storia del Rosetum sono state tratte da un'indagine sulle mappe storiche della città di Milano, da un'intervista con il direttore artistico, padre Marco Finco (28 marzo 2017), dal volume *Ricordo di Maria Callas*, Rosetum e dal sito (<https://rosetum.it/la-nostra-storia/>, consultato nel maggio 2025).

subito nasce un cineforum e, nel corso degli anni, vedranno la luce un'orchestra da camera, una sinfonica, un coro polifonico; saranno organizzati concorsi lirici di prestigio, master class con artisti della scena internazionale, e una serie di attività che otterranno svariati riconoscimenti, a livello sia regionale che nazionale. Se con la fine del secolo scorso l'attività lirica dal vivo diviene di più difficile realizzazione, per ragioni prevalentemente economiche, il legame con l'opera non cessa e anzi viene vivificato proprio dal legame con il grande schermo: nel 2012, infatti, la sala del Rosetum viene digitalizzata ed è la prima a Milano a proporre la trasmissione del *Live in HD* dal Metropolitan e la Prima diffusa della Scala.

La maggior parte degli spettatori si conosce, si intrattiene per chiacchiere, prima dell'inizio o durante gli intervalli. Quando il Met trasmette, in forma di intermezzo tra gli atti, le interviste al cast o ai membri della produzione, il pubblico del Rosetum esce dalla sala e consuma un semplice aperitivo messo a disposizione nel foyer dalla direzione stessa. È in questo spazio liminale, in questo passaggio in cui si transita dalla dimensione locale di Milano Gambara, al *live* sfolgorante del Metropolitan di New York, che si ricrea quella sociabilità tipica del teatro. Gli spettatori commentano e discutono, un *habitué* di queste iniziative racconta della sua impazienza nell'attesa di una produzione, così discussa per le sostituzioni nel cast e il clamore destato dall'*affaire* Levine. Non è dunque soltanto un pubblico informato e consapevole, ma anche desideroso di approfondimenti e di un confronto con l'altro. Questa dimensione, che si crea attorno all'opera, pur riprodotta e mediata, è tuttavia legata in maniera imprescindibile allo spazio dell'evento, che diviene un luogo in senso antropologico, dove le relazioni tra individui sono sollecitate e vi è una storia condivisa in cui identificarsi, un senso di comunità.

Non è ciò che accade sempre: la Royal Opera House, per esempio, è distribuita in Italia dalla Nexo Digital e le proiezioni avvengono prevalentemente nei circuiti The Space Cinema, una delle più grandi catene di cinema multisala. In periferia è quindi facile assistere a un'opera in un'anonima sala da 200 posti con meno di dieci spettatori in platea, ma vi sono anche i casi in cui il multisala è ricostruito negli spazi di un vecchio cinema o teatro d'epoca, come accadeva allo Space nel cuore della città, accanto al Duomo, e che porta ancora, nell'architettura interna e nel design, qualche traccia della sua tormentata stratificazione storica, almeno di quella novecentesca del vecchio Odeon.<sup>39</sup> Le

39. Nell'Ottocento l'edificio di via Santa Radegonda 8 ospitava il celebre teatro omonimo, attivo fino agli anni '80, quando venne sostituito dalla prima centrale termoelettrica d'Europa (1883). Nei primi anni del Novecento, accanto alla centrale, ormai in disuso perché già obsoleta, viene costruito un Padiglione Cinematografico, poi ribattezzato Cinema Santa Radegonda, che ospiterà proiezioni di film con orchestra dal vivo e documentari dedicati a grandi eventi. Nel 1926, con la demolizione della centrale e dell'intero isolato, verrà costruito il nuovo monumentale cinema Odeon, che comprende, oltre a una grande e sontuosa sala, divisa in platea e galleria, anche una sala teatrale, una da ballo e un ristorante. Negli anni '50 l'Odeon si doterà di teleproiettore per la trasmissione degli spettacoli televisivi e nel 1986 diverrà il primo multisala della città. Cambiano nomi e gestioni, ma la grande sala è quella che ha ospitato il broadcast del Covent Garden, di altri spettacoli dal vivo e alcune celebri première cinematografiche.

proiezioni del Covent Garden allo Space pullulano di loggionisti e melomani ma non mancano amatori, novizi e persino turisti. È assente in questo caso quel momento di sosta e confronto offerto da uno spazio più raccolto, ma resta l'idea di una piccola comunità che si relaziona nella condivisione di un'esperienza estetica peculiare.

Da una mappatura dell'indagine svolta, noteremo che le situazioni simili al Rosetum non mancano. Il Piccolo Teatro di Padova, per esempio, che è quello che ha contato il maggior numero di spettatori in sala (54), già segnalati per la vivacità delle reazioni e dei commenti al questionario, è un centro culturale che, esattamente come il Rosetum, si trova in zona piuttosto periferica rispetto al centro città (Paltana) ed è di proprietà dei preti salesiani. Muovendosi verso il Centro e Sud Italia cambiano i contesti politico-culturali e sociali, ma ritornano principalmente due costanti: in primo luogo la collocazione di queste sale in una zona non centrale della città, quindi 'secondaria' rispetto ai circuiti del cinema *mainstream*, in secondo luogo un legame storico vivo e vitale con il mondo artistico. Non sarà possibile entrare nel vivo di ciascuna di queste realtà locali, ma basterà qualche elemento per comprendere quanto suggerito.

Il Circuito Cinema Bologna, per esempio, è un gruppo di sale sperimentali e il Met viene proiettato al Cinema Europa che, collocato in una traversa della bohemienne via del Pratello, sorge al posto del vecchio cinema Lumière, di cui conserva il fascino, ed è un «covo di cinefili [...], punto nevralgico per le sperimentazioni cinematografiche cittadine». <sup>40</sup> Sulla stessa linea è lo storico cinema Adriano di Firenze, nato nel 1955 non lontano dalla zona Rifredi, che è oggi il più capiente della città e accosta, nelle due differenti sale, pellicole commerciali a cinema più ricercato. Il Cinema Tiberio di Rimini incrocia il modello del centro culturale con quello del cinema sperimentale: ricavato sin dagli anni Cinquanta nel chiostro della chiesa benedettina di San Giuliano Martire, al di fuori del centro cittadino, è direttamente gestito dall'omonima parrocchia, ed è la sala di riferimento per i film d'arte, oltre a ospitare un lungo cineclub. <sup>41</sup> Il cinema Plinius di Milano e il Multicinema Galleria di Bari sono gli unici di questa mappatura a condividere la natura di multisala, ricreata *ex novo* sulle spoglie di un'antica sala cinematografica di fine anni Trenta. Il primo si trova a nord-est del centro cittadino, in zona Città Studi, un'area molto vitale che, oltre a essere una zona residenziale piuttosto densa, comprende importanti poli universitari e istituti clinici di riferimento per l'intera città. Per quanto la percentuale di astensione di questo pubblico fosse elevata,

Dall'autunno 2023 la sala è stata ufficialmente chiusa. Per una storia del luogo, corredata di numerose testimonianze iconografiche, cfr. RAUSA, *Cinema Santa Radegonda - Cinema Odeon*.

40. Questa la descrizione con cui la sala viene presentata dal Circuito Cinema Bologna agli utenti della rete. Cfr. <https://web.archive.org/web/20250126021816/https://europa.circuitocinemabologna.it/p/sale> (consultato nel maggio 2025).
41. Il Tiberio è affiliato all'Associazione Cattolica Esercenti Cinema (ACEC) ed è socio della Federazione Italiana Cinema d'Essai (FICE). Cfr. <https://www.cinematiberio.it/> (consultato nel marzo 2021).

è stato possibile intuire come gli spettatori del Plinius fossero leggermente più giovani e frequentassero in maniera più assidua tanto teatri d'opera e di prosa quanto altre iniziative su tutto il territorio. Se è vero che la zona è leggermente più vicina al centro di quanto non lo sia l'area del Rosetum, è forse proprio il tipo di sala, più nota come cinema che come centro culturale, ad attrarre un pubblico più eterogeneo e meno settoriale. Assai scarsi per giungere a un qualsiasi tipo di conclusione sono i dati della sala di Bari, collocata a sud della città vecchia, tra l'Università degli Studi e la stazione: un multicinema di sette sale, in cui l'opera viene proiettata nella sala riservata al cinema d'essai.

Tutte le realtà fin qui considerate dimostrano come un evento operistico di rilevanza globale, come il *Live in HD* del Met, con tutti i suoi complessi meccanismi di produzione e l'impatto mediatico che ne risulta, traslato alla dimensione cittadina, si trasformi in un genere ibrido di nicchia, quasi paragonabile al cinema d'essai, del quale condivide gli spazi e, a ben vedere, anche alcune dinamiche socio-culturali, quali la necessità di approfondimenti in quella dimensione condivisa, che il cinema *mainstream* non richiede. Tanto la questione dell'ibridità quanto il rapporto con lo spazio sono due punti centrali nella comprensione di questo fenomeno.

## Contenuti alternativi e spazi ibridi

L'ibridazione di questo genere è percepibile a ogni livello, primo fra tutti quello identitario: a che tipo di spettacolo stiamo assistendo? Siamo ancora alla ricerca di un nome per chiamare questo fenomeno, al quale fin qui mi sono riferita generalmente come *opera al cinema*. Come ha spiegato Barker, sino a quel momento (2013) le trasmissioni in diretta erano conosciute nel circuito cinematografico con il nome industriale di *Alterative Content*. Gli altri termini generalmente adottati sono *livecast* e *simulcast*, ovvero trasmissione dal vivo e simultanea su due o più media ma, come visto nel caso di *Tosca*, quando la simultaneità si perde, è più corretto parlare di *cinecast*, un *broadcast* nei cinema. Il nome di questi prodotti – lo aveva già dimostrato Senici nel suo contributo sui video d'opera –<sup>42</sup> è in continua ridefinizione, proprio per la loro natura mutevole e, nel momento stesso in cui vengono registrati dal vivo, riprodotti in DVD o come contenuti digitali online, cambiano il loro status, la loro etichetta e anche il pubblico cui si rivolgono. Il termine di *opera cinema* utilizzato da Attard, che in italiano potrebbe essere tradotto come *cinema d'opera*, per quanto contribuisca a mettere a fuoco la destinazione specifica del prodotto finito, rischia di restare comunque vago sulla natura di questo prodotto audiovisivo, tutt'altro che legato esclusivamente alla sfera cinematografica, come gli ultimi due anni hanno dimostrato.

Un'ibridazione di tipo estetico è la ragione principale dell'incertezza a dare un nome a tale pratica audiovisiva. Da un punto di vista formale assistiamo alla costruzione di un format che, come ha dimostrato Sarah Atkinson, ri-

42. SENICI, *Il video d'opera 'dal vivo'*.

sponde per tipologia di testi (crediti, paratesti, ecc.) e interventi (backstage e comparse) a una logica televisiva, a cui si mescolano elementi di regia video più legati a tecniche cinematografiche e all'effetto sul grande schermo (inquadrature, carrelli, zoom, primi piani).<sup>43</sup> Il cambio di destinazione di questi video, dalle sale cinematografiche al web o, in alcuni casi, alla televisione, rimette in gioco queste istanze, anche da un punto di vista tecnico e tecnologico, uno per tutti la dimensione acustica, dall'ascolto di una trasmissione in Dolby Digital 5.1 a quello privato attraverso le casse di un computer.

A tutti questi livelli, è lampante l'incertezza nella gestione dell'opera come evento primariamente teatrale, per cui si è sempre in bilico tra lo sforzo di nascondere tali origini e l'impellente necessità di esibirle. Assisteremo quindi da una parte a primi piani in cui la dimensione teatrale sparisce: un audio cristallino in cui la voce e l'orchestra sono protagonisti, guidano lo spettatore in maniera immersiva; dall'altra vedremo piani sequenza sulla profondità del palcoscenico, in cui l'eco dei macchinari, dei passi in proscenio, il respiro del direttore e le reazioni della sala sono elementi d'ambiente imprescindibili.

La definizione di *opera al cinema* che ho fin qui adottato e che non deve essere confusa con quella di *film d'opera*, non tenderà dunque a identificare un artefatto audiovisivo specifico, quale il video d'opera di una (quasi) diretta proiettata nei cinema, ma il fenomeno che si è sviluppato attorno a tale evento e che comprende tanto l'opera rimediata a più livelli e diffusa su scala globale, quanto i luoghi in cui essa viene recepita e fruita.

Gli spazi presi in considerazione, tanto centri ricreativi ai margini della città, quanto piccole sale di multiplex in cui si proietta l'opera 'd'essai', provano a contenere e gestire questi ibridi audiovisivi, rispondendo a esigenze sollevate da tempo e legate alla ricreazione o alla riconfigurazione delle sale cinematografiche o, più in generale, dei luoghi di sociabilità culturale. Barker dieci anni fa si poneva proprio questo problema: la localizzazione, l'architettura e il design dei cinema nel corso degli anni mutano in funzione non solo delle condizioni economiche contingenti, ma anche e soprattutto in base alla percezione dei produttori di quelle che sono le tendenze del pubblico. Si chiedeva quindi quale peso potesse avere la sempre maggiore presenza del *livecasting* su questo aspetto.<sup>44</sup>

Il caso italiano prova a rispondere a questa offerta in maniera eterogenea con i suoi piccoli centri culturali, i chioschi riadattati o i covi di cinefili, accanto alle sale dei centri commerciali dove l'opera resta un *alternative content*. E la differenza nel maggiore o minor successo, o anche solo nel coinvolgimento del pubblico in questa iniziativa, dipende non tanto, come spesso ancora si vuole far credere, dall'assenza dell'evento dal vivo di cui il video sarebbe componente parassitaria, ma in larga parte dallo spazio che a tale pratica è attribuito e alla sua gestione in termini socio-culturali. L'opera, dal vivo o al cinema, contribuisce a connotare antropologicamente uno spazio, a renderlo un luogo di condivisione nel quale partecipare a un evento collettivo.

43. ATKINSON, *The Labor of Liveness*.

44. Cfr. BARKER, *Live to Your Local Cinema*, pp. 86-87.

Questo contributo ha voluto offrire uno spaccato del fenomeno tra il 2018 e il 2023. È difficile oggi. È difficile oggi fare previsioni sul destino di questo fenomeno, capire se davvero si stabilizzerà o se sarà messo da parte e soppiantato tanto dal ritorno in teatro, quanto dal vasto fenomeno del video d'opera *online*. L'urgenza di un'indagine in quest'ultimo senso si fa sempre più viva e potrà forse fornire dati illuminanti non solo su come stanno cambiando le tipologie di pubblico e le modalità di fruizione, ma anche e soprattutto su come mutano le modalità produttive e su quale sia l'impatto del digitale, in termini di estetica audiovisiva nella concezione di un genere come l'opera, «morta fin dal principio» e sempre costantemente rivivificata e rivivificante.<sup>45</sup>

## BIBLIOGRAFIA

*Ricordo di Maria Callas*, Rosetum, Milano 1992.

ATKINSON, Sarah, *The Labor of Liveness: Behind the Curtain of Opera Cinema*, «The Opera Quarterly», 34/4 (2018), pp. 306-323.

ATTARD, Joseph, *Massenet for the Masses? The Opera Virgins Project*, «The Opera Quarterly», 34/4 (2018), pp. 284-305.

—————, *Opera cinema. A New Cultural Experience*, Bloomsbury, New York 2022.

BARNES, Jennifer, *Television Opera: The Fall of Opera Commissioned for Television*, Boydell Press, Woodbridge (UK) 2003.

BARKER, Martin, *Live to Your Local Cinema: The Remarkable Rise of Livecasting*, Palgrave Macmillan (Pivot), Basingstoke 2013.

BOLTER, Jay David – GRUSIN, Richard, eds., *Remediation: understanding new media*, MIT press, Cambridge (Massachusetts) 1999.

CACHOPO, João Pedro, *The Aura of Opera Reproduced: Fantasies and Traps in the Age of the Cinecast*, «The Opera Quarterly», 34/4 (2018), pp. 266-283.

CARLO Cenciarelli, *Falstaff in Brixton: The humour and ironies of Opera 'Live in HD'*, in *Mediality in Music Theatre*, eds. Sarah Fuchs and Ingeborg Zechner, Rombach Wissenschaft, Baden-Baden 2025 (in corso di stampa).

CITRON, Marcia J., *Opera on Screen*, Yale University Press, New Haven – London 2000.

COOPER, Michael, *Behind the Scenes of 'Tosca', the Messiest Production in Met History*, «The New York Times», 28 dicembre 2017, <https://www.nytimes.com/2017/12/28/arts/music/tosca-met-opera-james-levine.html> (consultato il 5 gennaio 2018).

45. DOLAR – žižek, *La seconda morte dell'opera*, p. 41.

- , *James Levine's Final Act at the Met Ends in Disgrace*, «The New York Times», 12 marzo 2018, <https://www.nytimes.com/2018/03/12/arts/music/james-levine-metropolitan-opera.html> (consultato il 16 dicembre 2021).
- DAVIS, Charles H., *Q Methodology in Audience Research: Bridging the Qualitative/Quantitative Divide?*, «Participations», 8/2 (2011), pp. 561-562.
- DE ROSE, Carlo, *L'indagine campionaria e il sondaggio di opinione. Metodi quantitativi della ricerca sociale*, Carocci, Roma 2017.
- DEAVILLE, James, *Trailer or Leader? The Role of Music and Sound in Cinematic Previews*, in *The Routledge Companion to Screen Music and Sound*, ed. by Miguel Mera, Ronald Sadoff, and Ben Winters, Routledge, New York – London 2017, pp. 240-254.
- , *The Trailer Ear: Constructions of Loudness in Cinematic Previews*, in *The Oxford Handbook of Cinematic Listening*, ed. by Carlo Cenciarelli, Oxford University Press, Oxford – New York 2021, pp. 450-465.
- DOLAR, Mladen – žižek, Slavoj, *La seconda morte dell'opera*, trad. it. a cura di Carlo Lanfossi, Ricordi-LIM, Milano 2019.
- DUSI, Nicola, *Le forme del trailer come manipolazione intrasemiotica*, in *Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*, a cura di Isabella Pezzini, Meltemi, Roma 2002, pp. 31-66.
- GIRARDI, Michele, *Remediation or Opera on Screen? Some Misunderstandings Regarding Recent Research*, in *Musical Listening in the Age of Technological Reproduction*, a cura di Gianmario Borio, Ashgate, Farnham (UK) 2015, pp. 107-132.
- HAVELKOVÁ, Tereza, *Opera as Hypermedium: Meaning-Making, Immediacy, and the Politics of Perception*, Oxford University Press, New York 2021.
- HEYER, Paul, *Live from the Met: Digital Broadcast Cinema*, «Canadian Journal of Communication», 33 (2008), pp. 591-604.
- JACOBS, Julia, *The Met Opera Races to Reopen After Months of Pandemic Silence*, «The New York Times», 10 settembre 2021, on-line alla pagina <https://www.nytimes.com/2021/09/10/arts/music/met-opera-reopening-pandemic.html?auth=link-dismiss-googleitap> (consultato il 16 dicembre 2021).
- MONACO, James, *How to Read a Film: Movies, Media, Multimedia*, Oxford University Press, New York – Oxford 2000.
- MORRIS, Christopher, *Digital Diva: Opera on Video*, «The Opera Quarterly», 26/1 (2010), pp. 96-119.
- , *Wagnervideo*, «Opera Quarterly», 27/2-3 (2011), pp. 235-255.

- , *The Mute Stones Sing: Rigoletto Live from Mantua*, «TDR/The Drama Review», 59/4 (2015), pp. 51-66.
- MORRIS, Christopher – ATTARD, Joseph, *A Note from the Guest Editors*, «The Opera Quarterly», 34/4 (2018), pp. 261-265.
- NILSSON, Niels Christian – NORDHAL, Rolf – SERAFIN, Stefania, *Immersion Revisited: A Review of Existing Definitions of Immersion and Their Relation to Different Theories of Presence*, «Human Technology», 12/2, (2016), pp. 108-34.
- PALAZZETTI, Nicolò, *Ripensare l'opera lirica nell'era di Internet, a ritroso fino a Jules Verne*, «De Musica», 25/1 (2021), pp. 134-160.
- R CORE TEAM, *R: A Language and Environment for Statistical Computing*, R Foundation for Statistical Computing, Vienna 2013, <https://www.r-project.org>.
- RAUSA, Giuseppe, *Cinema Santa Radegonda – Cinema Odeon*, con la collaborazione di Marco Ferrari e Willy Salveghi, on-line alla pagina: [http://www.giusepperausa.it/cinema\\_odeon.html](http://www.giusepperausa.it/cinema_odeon.html) (consultato nell'ottobre 2021).
- SENICI, Emanuele, *Il video d'opera 'dal vivo'. Testualizzazione e liveness nell'era digitale*, «Il Saggiatore musicale», 16/2 (2009), pp. 273-312.
- , *L'opera e la nascita della televisione in Italia*, «Comunicazioni sociali», 1 (2011), pp. 26-35.
- , *In the Score: Music and Media in the Discourse of Operatic Mise-en-Scène*, «The Opera Quarterly», 35/3, (2019), pp. 207-223.
- SHEPPARD, Anthony, *Review of the Metropolitan Opera's New HD Movie Theater Broadcasts*, «American Music», 25/3 (2007), pp. 383-387.
- STEICHEN, James, *The Metropolitan Opera Goes Public: Peter Gelb and the Institutional Dramaturgy of the Met: Live in HD*, «Music and the Moving Image», 2/2 (2009), pp. 24-30.
- , *HD Opera: a Love/Hate Story*, «The Opera Quarterly», 27/4 (2011), pp. 443-459.

## EDIZIONI MUSICALI

- PUCCINI, Giacomo, *Tosca* (1899), riduzione per canto e pianoforte condotta sulla nuova edizione della partitura riveduta sulle fonti originali a cura di Roger Parker, Ricordi, Milano 1995.



NOTA BIOGRAFICA Dopo la laurea in Musicologia all'Università degli Studi di Milano, Bianca De Mario ha ottenuto un dottorato di ricerca in Comparatistica all'Università degli Studi di Siena, con una tesi sugli allestimenti contemporanei delle opere serie di Pergolesi. Nel 2009 è stata Visiting Scholar e Italian Assistant all'Oberlin College and Conservatory (Ohio, USA) e successivamente assegnista di ricerca all'Università degli Studi di Milano, prima con un progetto dal titolo *Opera and New Media: Dramaturgy, Remediation and Genre Transfer* e successivamente nell'ambito del PRIN 2017 dal titolo *Mapping Musical Life: Urban Culture and Local Press in Post-Unification Italy*. Negli ultimi anni la sua attività didattica ha coperto l'area dell'alfabetizzazione musicale di base, della ricerca musicologica e della storia del melodramma. Oltre alle ricerche sui broadcast d'opera e i trailer, i suoi progetti attuali includono la vita musicale milanese postunitaria e l'uso delle mappe per lo studio del paesaggio sonoro. Le sue pubblicazioni più recenti riguardano la regia e il video d'opera. Tra il 2022 e il 2024 è stata *managing editor* del DEUMM online ed è attualmente docente di ruolo nella scuola secondaria.

BIOGRAPHICAL NOTE After a degree in Musicology at the University of Milan, Bianca De Mario obtained a PhD in Comparative Studies at the University of Siena, with a thesis on modern stagings of Pergolesi's operas. In 2009, she was Visiting Scholar and Italian Teaching Assistant at the Oberlin College and Conservatory (USA), and then Postdoctoral Fellow at the University of Milan, firstly with the project *Opera and New Media: Dramaturgy, Remediation and Genre Transfer* and then in Project of National Interest entitled *Mapping Musical Life: Urban Culture and Local Press in Post-Unification Italy*. In recent years, she has been offering courses on topics such as research methods in music and fundamentals of Western music theory and listening. In addition to ongoing research on opera broadcasts and video trailers, her current projects include musical life in Milan in the 1870s and the use of digital mapping tools for the study of the soundscape. Her recent publications deal mainly with contemporary operatic practices on stage and screen. Between 2022 and 2024, she was managing editor of DEUMM online and is currently a tenured secondary school teacher.